

**DISEÑO Y PLANEACIÓN DE PRODUCTO COMUNICACIONAL  
(E-MAGAZINE 2.0) COMO MEDIO DE EXPRESIÓN E INTERACCIÓN DE LA  
COMUNIDAD LÉSBICA DE SANTIAGO DE CALI**

**VALERIA CORTÉS VASQUEZ  
ELIANA KATHERINE JIMÉNEZ LASSO**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

**DISEÑO Y PLANEACIÓN DE PRODUCTO COMUNICACIONAL  
(E-MAGAZINE 2.0) COMO MEDIO DE EXPRESIÓN E INTERACCIÓN DE LA  
COMUNIDAD LÉSBICA DE SANTIAGO DE CALI**

**VALERIA CORTÉS VASQUEZ  
ELIANA KATHERINE JIMÉNEZ LASSO**

**Proyecto de grado, para optar al título de  
Diseñador de la comunicación grafica**

**Director  
JAIR PINZÓN  
Diseñador Gráfico - Arquitecto**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA  
SANTIAGO DE CALI  
2013**

**Nota de aceptación:**

**Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Diseñador de la Comunicación Gráfica**

**CARLOS LÓPEZ**

---

**Jurado**

**JHON GÓMEZ**

---

**Jurado**

**Santiago de Cali, 11 Abril de 2013**

Este trabajo va dedicado a nuestros padres por ser los que nos han brindado la oportunidad de estudiar, apoyándonos en cada momento que ha sido parte de nuestro crecimiento personal y profesional.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos al profesor Jair Pinzón por ayudarnos en este proceso final de nuestra carrera, aportándonos su conocimiento para el desarrollo de un buen trabajo final.

## CONTENIDO

	Pág.
<b>RESUMEN</b>	<b>14</b>
<b>INTRODUCCION</b>	<b>153</b>
<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>16</b>
1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	186
<b>2.JUSTIFICACION</b>	<b>19</b>
<b>3.OBJETIVOS</b>	<b>21</b>
3.1.OBJETIVO GENERAL	21
3.1.OBJETIVO ESPECIFICOS	21
<b>4.MARCO DE REFERENCIA</b>	<b>22</b>
4.1 MARCO TEÓRICO	22
4.1.1 La huella en la penumbra - Ricardo Castro – Editorial Universidad Autónoma de Occidente – 2010	22
4.1.2. Figuras retóricas	25
4.1.3 La sintaxis de la imagen – Donis A. Dondis – Editorial GG –1985	25
4.1.4 Las cinco partes de la retórica – Alejandro Tapia – El árbol de la retórica – 2007	27
4.1.5 El diseño gráfico en el espacio social – Alejandro Tapia – Editorial Nobuko – 2005	28
4.1.6 Convivencia y homofobia en la escuela – Erik Werner Cantor - Universidad Pedagógica Nacional – 2008.	28
4.1.7 Diseño gráfico - nuevos fundamentos – Ellen Lupton – Jennifer Cole Phillips – Editorial GG – 2009	29
4.1.8 E-zines diseño de revistas digitales – Martha Gill – Editorial GG – 2000	29
4.1.9 1001 Trucos publicitarios – Luc Dupont – Editorial Robinbook – 2004	29
4.1.10 Sistema de grillas – Josef Müller Brockman – Editorial GG – 1982	30
4.1.11 Diseñar con y sin retículas – Timothy Samara – Editorial GG – 2008	30
4.2 MARCO CONTEXTUAL	30
4.2.1. Análisis revistas lésbicas	30
4.2.1.1 Revista LSBI - España - (Digital).	30
4.2.1.2 Revista Curve - EE.UU, (Impresa – Digital	35
4.2.1.3 Revista Rompiendo el silencio – Chile	39
4.2.1.4 Revista Ambición – Colombia - (Comunidad L.G.B.T.I	43
4.2.2 Estudio Colombiano Mundo G&L - Comunidad Gay & Lesbiana	43
4.2.3 Encuesta L.G.B.T.I: sexualidad y derechos. Participantes de la marcha de la ciudadanía LGBTI de Bogotá – 2007	43
4.2.4 Sentencias de la corte constitucional colombiana que consideran derechos de lesbianas, gay, bisexuales y personas trans; así como de las parejas del mismo sexo	43
4.2.5 Diversidad sexual en la escuela (Dinámicas pedagógicas para enfrentar la homofobia) – Carlos Iván García Suarez – Bogotá - Septiembre del 2007	45

4.2.6 Video “Mi familia” - (Septiembre-2012) <sup>1</sup> .	45
4.2.7 Diseño y planeación de un E-magazine 2.0 como medio de difusión y promoción musical de las principales tribus urbanas de la ciudad de Santiago de Cali	45
4.2.8 “Colectivo sentido diverso	43
4.2.9 Colombia diversa	45
4.2.10 Información de Revista Juana	45
4.2.11 Entrevista Socióloga Consuelo Malatesta	46
4.2.10 Información de Revista Juana	45
4.2.11 Entrevista Socióloga Consuelo Malatesta.	46
4.2.12 Entrevista Psicóloga Adriana Medina - Universidad Autónoma de Occidente	46
4.2.13 Entrevista Publicista Alejandro Gallego – Director revista Ambición	46
4.2.14 Entrevista a 10 jóvenes lesbianas de la Ciudad de Cali	46
4.2.15 Análisis entrevista 10 mujeres lesbianas	47
4.2.15.1 Preguntas	47
4.2.15.2 Lugar: Loma de la cruz	47
4.2.15.3 Características	48
4.2.15.4 Puntos de encuentro	48
4.2.15.5 Ambiente	52
4.2.15.6 En la web	53
4.2.16 Encuesta a 150 jóvenes lesbianas entre 16 a 24 años	53
4.2.17 Análisis resultados encuesta 150 mujeres lesbianas	57
4.2.18 Análisis encuesta	65
4.2.19 Informe de salidas de campo	67
4.2.19.1 Salida de campo a la loma de la cruz	67
4.2.19.2 Salida a Corporación Arte Diverso	68
4.3 MARCO CONCEPTUAL	69
4.3.1 Concepto de Revista	69
4.3.1.1 Mujer orgullosa de amar a una mujer	69
4.3.2. Nombre de la revista.	69
4.3.3. Juana	70
4.3.4 CONCEPTO PRIMER NÚMERO DE LA REVISTA	71
4.3.4.1 Salir del closet	71
4.3.5. Integración de la comunidad	71
4.3.6. Identificación	72
4.3.7. Identidad de género	72
4.3.8. Asequibilidad	72
4.3.9. Incluyente	73
4.3.10. Interacción social	75
4.3.11. Estrategias de difusión	84
4.3.11.1 Creación de una comunidad en redes sociales y comunidad L.G.B.T.I.	84
4.3.11.2 Estrategias de comunicación	84
4.3.11.3 Lanzamiento de la revista.	84
4.3.11.4 Creación de comunidad	85
4.3.11.5 Plan de medios	86

---

<sup>1</sup> “Mi familia” Documental, Metáfora [en línea] Estados Unidos [consultado febrero de 2012] Disponible en internet: Estados Unidos – <http://www.youtube.com/watch?v=v3wbT2HdKw&list=PL6F89400792ED6340>. (Septiembre-2012)

4.3.11.6	Objetivos de acogida y seguidores	86
4.3.11.7	Objetivos de retorno y la inversión ROI	87
<b>5.</b>	<b>DESARROLLO E-MAGAZINE</b>	<b>94</b>
5.1	PROCESO DE BOCETACIÓN	94
5.2	BOCETO ANÁLOGO JUANA	96
5.3	MARCA GRÁFICA	97
5.4.	ÁREA DE LIMPIEZA	97
5.5.	MÓDULO DE CONSTRUCCIÓN	99
5.6	SÍMBOLO	99
5.7	TIPOGRAFÍA	100
5.8	COLOR	101
5.9.	ESTRUCTURA DIAGRAMÁTICA	101
5.9.1	Constantes	102
5.9.2	Variables	102
5.10	RETICULAS	102
5.10.1	Retícula diagramática	102
5.10.1.1	Margen	102
5.10.1.2	Retícula Modular	103
5.10.2	Convenciones Retículas	103
5.9	EJES TEMÁTICOS	121
5.10	PORTADA FALSA	121
5.11	CONTENIDO	121
5.12	PAUTA PUBLICITARIA	122
5.13	ARTÍCULOS	122
5.13.1	Nombres de los artículos	123
5.14	ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA PIEZA	125
<b>6.</b>	<b>RESULTADO FINAL E-MAGAZINE</b>	<b>127</b>
<b>7.</b>	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION</b>	<b>149</b>
7.1	FASES	149
7.1.1	Fase 1: Indagación	149
7.1.2	Fase 2. tratamientos de los datos	149
7.1.3	Fase 3 Interpretación	149
7.1.4	Fase 4. Aplicación	149
7.1.5	Fase 5. Evaluación	150
<b>8.</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>151</b>
<b>9.</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>152</b>
9.1	TALENTO HUMANO	152
9.2	RECURSOS FINANCIEROS	152
9.3	RECURSOS INSTITUCIONALES	152
9.4	RECURSOS PRIVADOS	152
<b>10.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>153</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>154</b>



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1. Página principal revista LSBI</b>	<b>29</b>
<b>Figura 2. Visualización revista digital LSBI</b>	<b>30</b>
<b>Figura 3. Análisis revista LSBI</b>	<b>31</b>
<b>Figura 4. Organización de las páginas de la revista LSBI</b>	<b>32</b>
<b>Figura 5. Página principal revista CURVE</b>	<b>34</b>
<b>Figura 6. Visualización revista digital CURVE</b>	<b>35</b>
<b>Figura 7. Análisis de la revista CURVE</b>	<b>36</b>
<b>Figura 8. Página principal revista ROMPIENDO EL SILENCIO</b>	<b>38</b>
<b>Figura 9. Revista digital ROMPIENDO EL SILENCIO</b>	<b>39</b>
<b>Figura 10. Análisis revista ROMPIENDO EL SILENCIO</b>	<b>40</b>
<b>Figura 11. Páginas de información lésbica</b>	<b>43</b>
<b>Figura 12. Foto 1. discoteca- Lu –lu</b>	<b>47</b>
<b>Figura 13. Foto 2: Parque Artesanal Loma de la Cruz</b>	<b>48</b>
<b>Figura 14. Foto 3: Fuente Parque Artesanal Loma de la Cruz</b>	<b>49</b>
<b>Figura 15. Foto 4: Parque Artesanal Loma de la Cruz</b>	<b>49</b>
<b>Figura 16. Foto 5: Parque Artesanal Loma de la Cruz</b>	<b>50</b>
<b>Figura 17. Mapa 1: Ubicación sitios de encuentro Cali</b>	<b>50</b>
<b>Figura 18 Grafico pregunta 1</b>	<b>55</b>
<b>Figura 19. Respuestas opción “Otro”:</b>	<b>56</b>
<b>Figura 20. Grafico pregunta 2</b>	<b>56</b>
<b>Figura 21. Respuestas opción “Otro”:</b>	<b>57</b>
<b>Figura 22. Grafico pregunta 3</b>	<b>57</b>
<b>Figura 23. Grafico pregunta 4</b>	<b>58</b>
<b>Figura 24. Grafico pregunta 5</b>	<b>59</b>
<b>Figura 25. Respuestas opción “Si, ¿Cuál?”:</b>	<b>59</b>

Figura 26. Respuestas destacadas pregunta 6	62
Figura 27. Grafico pregunta 7.	62
Figura 28. Respuestas opción “Otro”:	63
Figura 29. Respuestas pregunta 8	63
Figura 30. Grafico pregunta 9	65
Figura 31. Respuestas pregunta 10	65
Figura 32. Página de Facebook JUANA	87
Figura 33. Página de Twitter JUANA	88
Figura 34. Portal de la revista JUANA	89
Figura 35. Visualización de los artículos	90
Figura 36. Visualización de los artículos	91
Figura 37. Visualización de opción de descarga	92
Figura 38. Visualización revista virtual JUANA	93
Figura 39. Proceso de bocetación	94
Figura 40. Boceto Análogo Juana	96
Figura 41. Margen revista JUANA	104
Figura 42. Retícula Artículo Un día otra mujer ( <i>Pagina 1 y 2</i> )	105
Figura 43. Retícula Artículo Un día otra mujer ( <i>Pagina 3 y 4</i> )	106
Figura 44. Retícula Artículo La biblia también es nuestra historia ( <i>Pagina 1 y 2</i> )	107
Figura 45. Retícula Artículo La biblia también es nuestra historia ( <i>Pagina 3</i> )	108
Figura 46. Retícula Artículo Saliendo del closet	109
Figura 47. Retícula Artículo Educación sexual ( <i>Pagina 1 y 2</i> )	110
Figura 48. Retícula Artículo Educación sexual ( <i>Pagina 3</i> )	111
Figura 49. Retícula Sabias que	112
Figura 50. Retícula Historia de vida	113

Figura 51. Retícula Artículo 10 cosas que no sabías de la vagina	114
Figura 52. Retícula Artículo Como asumir la homosexualidad	115
Figura 53. Retícula Poesía Lésbica ( <i>Pagina 1</i> )	117
Figura 54. Retícula Poesía Lésbica ( <i>Pagina 1</i> )	117
Figura 55. Retícula Mensaje 1	118
Figura 56. Retícula Mensaje 2	119
Figura 57. Estructura diagramática primer número	120
Figura 58. Portada falsa revista JUANA	127
Figura 59. Publicidad tinto verde revista JUANA	128
Figura 60. Portada revista JUANA	129
Figura 61. Publicidad creatonica revista JUANA	130
Figura 62. Contenido revista JUANA	130
Figura 63. Artículo un día otra mujer revista JUANA	131
Figura 64. Publicidad cáncer de seno revista JUANA	132
Figura 65. Mensaje 1 revista JUANA	133
Figura 66. Artículo es bueno para la salud asumir públicamente la homosexualidad revista JUANA	134
Figura 67. Artículo principal saliendo del closet revista JUANA	134
Figura 68. Ilustración lésbica revista JUANA	135
Figura 68. Artículo la biblia también es nuestra historia revista JUANA	136
Figura 69. Publicidad Clownaman revista JUANA	137
Figura 70. Artículo educación sexual ruptura o estabilidad del contrato heterosexual revista JUANA	138
Figura 71. Poesía revista JUANA	139
Figura 72. Poesía revista JUANA	140
Figura 73. Mensaje 2 revista JUANA	141
Figura 74. Artículo 10 cosas que no sabias de la vagina revista JUANA	142

<b>Figura 754. Publicidad Arauna revista JUANA</b>	<b>143</b>
<b>Figura 76. Sabías que revista JUANA</b>	<b>144</b>
<b>Figura 77. Actualízate revista JUANA</b>	<b>145</b>
<b>Figura 79. Mensaje 3 revista JUANA</b>	<b>147</b>
<b>Figura 80. Mensaje 4 revista JUANA</b>	<b>147</b>
<b>Figura 81. Contra portada revista JUANA</b>	<b>148</b>

## LISTA DE CUADROS

<b>Cuadro 1. Ficha técnica</b>	<b>Pág. 47</b>
<b>Cuadro 2. Ficha técnica</b>	<b>53</b>
<b>Cuadro 3. Sistema Gráfico Visual</b>	<b>75</b>

## RESUMEN

El grupo de mujeres de lesbianas de la ciudad de Santiago de Cali, entre las edades de 16 y 24 años, al parecer tiene problemas de reconocimiento e identificación afectando notoriamente su autoestima. Sienten temor de ser aisladas ya que la sociedad y la religión las cataloga como **raras** y no son bien vistas, lo cual impide que haya buenas relaciones con el resto de la sociedad y que sean comprendidas.

Este trabajo consiste en el desarrollo de un sistema de comunicación (Revista virtual) que permita que la comunidad de lesbianas de la ciudad de Santiago de Cali, entre las edades de 16 a 24 años, se sientan identificadas, creando un espacio de expresión que permita iniciar un proceso de identificación, conocimiento, difusión e interacción. Este sistema de comunicación tiene material serio y de profesionales, que permite guiar a las lectoras en los diferentes temas y dudas que presencian en su vida.

**PALABRAS CLAVE.** Lesbiana, Reconocimiento, Identificación, Revista electrónica, Expresión, Difusión, Interacción

## INTRODUCCIÓN

Al parecer, ser lesbiana hoy en día no es un hecho aceptado por todos, por el contrario altamente criticado por personas con pensamientos heterocentristas, donde al romper la ley básica de que un hombre debe estar con una mujer por naturaleza o porque así lo plantea la religión, se remplaza a una nueva manera de experimentación donde una persona tiene una relación formal o informal con otra de su mismo género.

La necesidad de creación de un espacio de expresión para la comunidad lésbica de la ciudad de Santiago de Cali, permite iniciar un proceso de identificación de variables que desde el cuerpo teórico conceptual del diseño gráfico, ayudaron para la creación de un sistema de comunicación dirigido a esta comunidad, con el objetivo de reunir en un solo medio, información de interés (difusión, contacto, interacción, conocimiento).

Este proyecto contó con una fase de investigación, que fue importante para entender el estilo de vida que lleva esta comunidad (vivencias, problemáticas, gustos, maneras de ver la vida, pensamientos, entretenimiento) ayudando a generar un producto comunicacional funcional.

Además se encontrará entrevistas con profesionales de las áreas de psicología y sociología como también de directores de fundaciones de la comunidad L.G.B.T.I, que aportaron información importante para el entendimiento del público objetivo.

Se tuvo en cuenta los diferentes lineamientos o procesos de diagramación, jerarquización de la información, teoría del color, web 2.0, que permitieron una mejor distribución y comprensión de la información, logrando así una comunicación exitosa sin dejar atrás los referentes directos (e-magazines) para esta comunidad encontrados en otras ciudades o países. Esto permitió recoger elementos principales a reflejar en el producto, además de generar una estrategia de comunicación gráfica y de marketing la cual permite tener una mayor difusión, eficiencia y sostenibilidad en el tiempo.

## 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según el estudio realizado por expertos de la Universidad Nacional, que indica que el 83% de los integrantes de la comunidad L.G.B.T.I ha recibido agresiones verbales y físicas, un 21% provenientes de uniformados de la policía y otros organismos de seguridad del Estado, que van desde agresiones físicas a insultos y palabras des obligantes. De acuerdo con esto Colombia es intolerante a las diferencias y esto podría ser provocado por la ignorancia y la falta de interés en conocer todo lo relacionado con la comunidad L.G.B.T.I.<sup>2</sup>

Tal es el caso que el “estudio UM Lesbiana-Gay 2009”, evidenció lo poco que la población general Colombiana reconoce símbolos propios de la comunidad L.G.B.T.I, como la sigla L.G.B.T.I (92% no sabe que significa la sigla y sólo un 4% lo relaciona directamente con la comunidad) o la bandera multicolor (79% no sabe que representa, y sólo un 5% lo relaciona directamente con un símbolo de orgullo gay).<sup>3</sup>

En un estudio del 2010 que realizó la Oficina de Diversidad Sexual de la Secretaría de Planeación Distrital con 1.213 personas L.G.B.T.I, el 66% de lesbianas, gais, bisexuales y transgeneristas afirmaron haber sido discriminados en el ámbito educativo. De ellos, los transgeneristas son los más afectados: 83% afirmaron haber tenido un trato distinto.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Caracol radio – Actualidad (en línea) - Colombia tiene altos índices de homofobia según estudio de la universidad nacional – Bogotá D.C - (Octubre 17 de 2010) Disponible en internet:

<http://www.caracol.com.co/noticias/actualidad/colombia-tiene-altos-indices-de-homofobia-segun-estudio-de-la-universidad-nacional/20101017/nota/1372545.aspx> (Consultado enero del 2013)

<sup>3</sup> Principales hallazgos estudio UM Lesbiana-Gay 2009 - Punto 4 - Pág. 1 (en línea) – Bogotá D.C - (Diciembre 15 de 2009) Disponible en internet: <http://www.revistapym.com.co/sites/default/files/Principales%20hallazgos%20estudio%20UM%20LesbianGay2009.pdf> (Consultado noviembre del 2012)

<sup>4</sup> MOJICA PATIÑO José Alberto - El Tiempo – Educación - Clase de diversidad sexual en colegios abre debate sobre sus efectos (en línea) – 28 de enero de 2012 - Disponible en internet:

[http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/educacion/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-11022004.html](http://www.eltiempo.com/vida-de-hoy/educacion/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-11022004.html) (Consultado diciembre del 2012)



Este fenómeno podría encontrar sus bases en la educación colombiana, ya que es evidente la carencia de educación en valores y la poca importancia que se le da al enseñar desde temprana edad a reconocer las diferencias y respetarlas. A pesar de que hoy en día se quería implementar un sistema de educación sobre diversidad sexual para los colegios, esto ha generado un choque de puntos de vista donde se afirma que al permitir que esto suceda, se estaría promoviendo el comportamiento homosexual desde temprana edad.

La imagen social sobre las lesbianas está llena de carga negativa y no está exenta de mitos y estereotipos. En la ciudad de Santiago de Cali al parecer hay falta de tolerancia y aceptación hacia las mujeres lesbianas, siendo discriminadas y automáticamente aisladas provocando que creen espacios de encuentro propios de su comunidad con el objetivo de sentirse identificadas, reconocidas, seguras y libres de expresarse como lo que son.

El grupo de mujeres de lesbianas de la ciudad de Santiago de Cali, entre las edades de 16 y 24 años, al parecer tiene problemas de reconocimiento e identificación afectando notoriamente su autoestima. Sienten temor de ser aisladas ya que la sociedad y la religión las cataloga como **raras** y no son bien vistas, lo cual impide que haya buenas relaciones con el resto de la sociedad y que sean comprendidas.

En esta comunidad existe mucha información pero no orientación para que ellas puedan reconocerse como lesbianas sintiendo orgullo por lo que son, Existen fundaciones pero su acceso no es frecuente ni masivo, y prefieren simplemente “camuflarse” con sus amigas en los diferentes puntos de encuentro.

A través de la investigación y reconocimiento en la web existe una carencia de comunicación integral de la comunidad lésbica de 16 a 24 años de la ciudad de Cali, actualmente en la web no existen E-magazines lésbicos reconocidos en Colombia, pero si blogs y foros utilizados como medios de apoyo e identificación grupal.

Existen E-magazines lésbicos en otros países como por ejemplo: “Curve” (U.S.A), “Mirales” (España), “Rompiendo el silencio” (Chile), “LeSVOZ” (México), “Lsbi” (España). Algunas de estas revistas digitales también manejan la revista impresa.

Es por esto que este proyecto servirá para satisfacer la necesidad de comunicación que tiene la comunidad lésbica, por medio de una e-magazine que

tendrá una personalidad a fin con el público objetivo (jóvenes lesbianas entre los 16 a 24 años de Santiago de Cali).

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo el diseño gráfico puede mediar para que una comunidad de lesbianas de 16 a 24 años de la ciudad de Cali pueda reconocerse, identificarse y pertenecer a un grupo a través de un sistema de comunicación?

## 2. JUSTIFICACIÓN

Por medio de una salida de campo a una de las fundaciones más importantes de la comunidad L.G.B.T.I de Santiago de Cali y una exploración e indagación en la web utilizando los buscadores más utilizados (Google, Yahoo, Bing y Ask), teniendo en cuenta que una página será encontrada siempre y cuando este registrada en cada uno de estos sitios, desde la primera página hasta la décima (promedio de búsqueda), se concluye que en Colombia no existe un formato de revista digital para la comunidad lésbica.

Existen blogs y grupos en redes sociales donde esta comunidad tiene contacto o interacción con otras personas y se encuentran también páginas relacionadas con estudios sobre esta comunidad. La carencia de un formato de revista en Colombia y exactamente en la ciudad de Santiago de Cali hace que se vuelve una excusa y una motivación para realizarlo.

Según los hallazgos del estudio UM Lesbiana Gay realizado en el 2009, las mujeres lesbianas tienen un alto uso de internet, ya que este les permite sentirse protegidas, siendo este un paso relevante en el proceso de aceptarse.<sup>5</sup> Teniendo en cuenta esto se toma la decisión de desarrollar una revista virtual y no impresa, esto permitiría que una mayor parte de las mujeres de esa comunidad accedan al producto, garantizándoles privacidad y tranquilidad.

Estas son mujeres que están en constante búsqueda de información seria y novedosa a través de los medios de comunicación. Esta comunidad apoya todos los productos dirigidos a ellas, que las ayuda a reconocerse y que las respete, así no sea de la mejor calidad, apoyando la “causa homosexual”.<sup>6</sup>

Es por esto que este proyecto servirá para satisfacer la necesidad de comunicación que tiene la comunidad lésbica, por medio de una e-magazine que

---

<sup>5</sup> Principales hallazgos estudio UM Lesbiana-Gay 2009 - Tatú (18 – 30 años) (en línea) - Punto 11 - Pág. 7 – Colombia - (Diciembre 15 de 2009) Disponible en internet: <http://www.revistapym.com.co/sites/default/files/Principales%20hallazgos%20estudio%20UM%20LesbianGay2009.pdf> (Consultado noviembre del 2012)

<sup>6</sup> Principales hallazgos estudio UM Lesbiana-Gay 2009 - Punto 9 - Pág. 2 (en línea) – Colombia - (Diciembre 15 de 2009) Disponible en internet: <http://www.revistapym.com.co/sites/default/files/Principales%20hallazgos%20estudio%20UM%20LesbianGay2009.pdf> (Consultado noviembre del 2012)

tendrá elementos conceptuales y gráficos que van a fin con el público objetivo (jóvenes lesbianas entre los 16 a 24 años de Santiago de Cali).

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un sistema de comunicación gráfica que permita el reconocimiento, la identificación, la integración e interacción de una comunidad de lesbianas de 16 a 24 años de edad de la ciudad de Santiago de Cali.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Plantear una metodología que integre el trabajo de campo, público objetivo, futuras usuarias, referencias y antecedentes, que permita generar una estructura de proyecto.
- Desarrollar el concepto de diseño que refleje una intención comunicativa a través de figuras retóricas mostrando un diferencial morfo semántico.
- Seleccionar, ordenar y clasificar la información de los contenidos de la pieza del proyecto.
- Crear una estrategia de promoción, difusión y pregnancia de la pieza editorial que permita construir ciclos de retroalimentación para que la revista no muera en el primer número.

## 4. MARCO DE REFERENCIA

### 4.1 MARCO TEÓRICO

**4.1.1 La huella en la penumbra - Ricardo Castro – Editorial Universidad Autónoma de Occidente – 2010.** Este libro ayuda a la estructuración y sistematización del concepto y la apariencia de la pieza editorial. Además ayuda a enfrentar el diseño conceptual y la producción de aplicaciones gráficas, como la primera opción para obtener buenas costumbres que garanticen limpieza en la diagramación y un correcto pensamiento en torno a la resignificación de los contenidos y la proyección de la forma material del medio impreso para optimizar su futuro uso.

Las teorías y conceptos que se tuvieron en cuenta para el proyecto:

- **Intención comunicativa:** se refiere a un qué en el mensaje a transmitir. Es el objetivo final que se tiene con la revista.
- **Documentación y análisis:** documentar la forma en que otras entidades, instituciones y/o profesionales varios han tratado el tema y resultados gráficos logrados, y la segunda, responde a evaluar la información disponible que se utilizará como contenido en ese producto editorial. Trata de la indagación de referentes que se lleva a cabo en el proyecto para identificar como otros han llevado a cabo el desarrollo de proyectos similares.
- **Instancia creativa:** proceso de conceptualización sobre la comunicación visual. Es describir desde muchos ámbitos conceptuales como va a ser el producto.
- **Concepto y expresión:** trata de definir conceptualmente las particularidades finales que presentará el producto editorial. Como los conceptos se ven reflejados en la composición o elementos gráficos del producto final (revista).
- **Funciones del medio impreso:** las funciones lingüísticas que a su vez se han podido utilizar como base y contexto para que transponiéndolas, se pueda proponer, entender y trabajar la consecuencia y valor de determinar unas

funciones asociadas a las expresiones de contenido y forma que presentan los medios gráficos.

- **Función emotiva:** conocida también como función expresiva y coincide con la presentación formal del impacto visual que hace el diseñador del contenido de los mensajes desde el punto de vista gráfico.

Esta función se refleja en la composición y planeación de todo el sistema de comunicación, desde el diseño de los mensajes y pauta publicitaria en busca de una conexión con el concepto de la revista y los objetivos.

- **Función referencial:** función representativa documental o informativa; en primera instancia narra sobre la realidad concreta o abstracta de alguien o un algo en un contexto específico, de forma concisa y precisa.

Esta función tiene que ver con el contenido o información que contiene la revista y como este tiene que ver con el contexto o característica de la revista.

- **Función conminativa:** función apelativa, motivadora, conativa o connotativa. Al establecerse esta función, puede dirigirse a la afectividad del receptor o a su inteligencia. Por ello el enfoque que propone hacer visible en un medio gráfico es de tipo persuasivo (afectivo) o exhortativo (inteligencia).

Esta es una de las funciones más importantes en este tipo de proyecto ya que el objetivo es llegar a la comunidad y motivarla por medio de buenos contenidos pautas publicitarias incluyentes, mensajes de conciencia social, demostrando que se puede diseñar un producto comunicacional con mucho respeto hacia ellas, logrando que la mujer lesbiana sienta orgullo y se verá reflejado en las opiniones que le den a la revista por medio de las redes sociales o el portal.

- **Función poética o estética:** vinculada con el hecho de que el mensaje deja de ser un instrumento de la comunicación y se convierte en su objeto.

La revista busca sobre todo con la portada falsa, portada, mensajes y pautas convertirse en esa parte que se compone de situaciones, o simplemente información de interés que pasa a ser no solo información si no también una pieza coleccionable por su composición y sobre todo por su estética. En general la revista está pensada desde lo estético sin olvidar lo práctico.

- **Función metalingüística o explicativa:** trata de la superposición de códigos gráficos, encontrados para reforzar el mensaje en el repertorio de elementos comunicativos visuales en el medio gráfico.

La utilización del símbolo triangulo rosa en la marca de la pieza editorial teniendo en cuenta que este es un símbolo que representa la comunidad lésbica. La escogencia del nombre Juana por ser un icono histórico femenino y por ser un nombre latino de fácil pronunciación.

El concepto salir del closet como excusa para hablar de esa etapa de reconocimiento e identificación por la que pasa toda mujer cuando descubre que es lesbiana.

- **Función fáctica:** función de contacto. Se refiere directamente al canal y la posibilidad que él tiene de captar, mantener y sustentar la recepción del mensaje en el perceptor.

La estrategia de expectativa como primera etapa de conocimiento de Juana para la comunidad, difusión, promoción, utilización de la web 2.0 con el fin de generar una comunidad que por medio de la información que se publique en las redes sociales se haga una conexión al portal de la revista para que lean los contenidos y con sus opiniones, se pueda comprobar si están consumiendo la revista.

- **Retórica visual:** la apariencia y significado que emana del medio impreso, hechos que lo diferencian semántica y morfológicamente.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> CASTRO Ricardo - La huella en la penumbra – Santiago de Cali – Año 2010



#### 4.1.2 Figuras retóricas

- **Metáfora:** La Metáfora, del griego *meta* (fuera o más allá) y *pherein* (trasladar), es una figura retórica que consiste en expresar una palabra o frase con un significado distinto al habitual entre los cuales existe una relación de semejanza o analogía. Es decir, se identifica algo real (R) con algo imaginario (I). Se distingue de la comparación en que no usa el nexo "como".<sup>8</sup>
- **Hipérbole:** La Hipérbole del griego ὑπερβολή (exceso), es una figura retórica consistente en una alteración exagerada e intencional de la realidad que se quiere representar (situación, característica o actitud), ya sea por exceso (aúxesis) o por defecto (tapínosis). La Hipérbole tiene como fin conseguir una mayor expresividad.<sup>9</sup>
- **Sinécdoque:** El Sinécdoque es una figura retórica que consiste en expresar la parte de un objeto por el todo o el todo por la parte.<sup>10</sup>
- **Personificación:** Atribuye cualidades humanas a objetos inanimados o a seres irracionales.
- **Elipsis:** Consiste en suprimir algún término u objeto de la oración o imagen, dándolo a entender en lo que explica o muestra.

**4.1.3 La sintaxis de la imagen – Donis A. Dondis – Editorial GG –1985.** Es importante tener en cuenta las técnicas visuales, estas son maneras de expresar variedad de significados teniendo en cuenta el uso planeado de elementos gráficos y visuales que servirá para el desarrollo de la pieza editorial.

Las técnicas visuales que aportaron al trabajo son:

---

<sup>8</sup> Retoricas - Figuras retoricas – Definición de Metáfora [en línea][consultado febrero de 2012] Disponible en internet: <http://www.retoricas.com/2009/05/figuras-retoricas-hiperbole.html>

<sup>9</sup> Retoricas - Figuras retoricas – Definición de Hipérbole (en línea Santiago de Cali[consultado febrero de 2012]Disponible en internet: <http://www.retoricas.com/2009/05/figuras-retoricas-hiperbole.html>

<sup>10</sup> Retoricas - Figuras retoricas – Definición de Sinécdoque – Disponible en internet <http://www.retoricas.com/2009/05/figuras-retoricas-sinecdoque.html>

- **Espontaneidad:** La espontaneidad se caracteriza por una falta aparente de plan. Es una técnica de gran carga emotiva, impulsiva y desbordante.
- **Actividad:** La actividad debe reflejar el movimiento mediante la representación o la sugestión.
- **Equilibrio:** El equilibrio es una técnica que está basada en el funcionamiento de la percepción humana y en la necesidad de equilibrio que manifiesta ante un mensaje visual. Es una estrategia de diseño en la que existe un centro de gravedad entre dos pesos.
- **Simetría:** La simetría trabaja con formulaciones visuales totalmente resueltas en las que a cada unidad situada a un lado de la línea central corresponde exactamente otra en el otro lado.
- **Asimetría:** Los griegos consideraban que la asimetría era un mal equilibrio, pero el equilibrio de hecho, puede conseguirse también variando elementos y posiciones de manera que se equilibren los pesos. El equilibrio visual de este tipo de diseños es complicado porque requiere el ajuste de muchas fuerzas, pero resulta interesante y rico en su variedad.
- **Profusión:** La profusión está muy recargada y tiende a la presentación de adiciones discursivas, detalladas e inacabables al diseño básico que idealmente ablandan y embellecen mediante la ornamentación.
- **Sutileza:** La sutileza es en el mensaje visual la técnica que se elige para establecer una distinción afinada, rehuyendo toda obviedad o energía de propósitos. Aunque indica una aproximación visual de gran delicadeza y refinamiento, debe utilizarse muy inteligentemente para conseguir soluciones ingeniosas.
- **Acento:** La atmósfera de neutralidad es perturbada en un punto por el acento, que consiste en realzar intensamente una sola cosa contra un fondo uniforme.
- **Transparencia:** Implica un detalle visual a través del cual es posible ver, de modo que lo que está detrás es percibido por el ojo.
- **Opacidad:** Es lo contrario, el bloqueo y la ocultación de elementos visuales.

**4.1.4 Las cinco partes de la retórica – Alejandro Tapia – El árbol de la retórica – 2007.** La Retórica suministra elementos sumamente prácticos para generar formas de comunicación adecuadas a todo tipo de situaciones, ya que permite el estudio de los lugares de pensamiento (tópicos) de los diferentes campos de la comunicación así como sus elementos compositivos (dispositivo) y sus formas de elocución y acción persuasiva.

- **La invención:** trata del modo como encontramos lo que debemos decir o hacer, es donde encontramos y descubrimos premisas sobre la base de hallar los lugares adecuados para el caso dentro de la reserva colectiva de las convenciones históricamente construidas, es decir los lugares comunes, a los cuales recurrimos para argumentar. La invención es como encontramos el núcleo argumentativo de nuestro proyecto por medio de la búsqueda de referentes, ya que lo nuevo depende siempre de lo tradicional, es por esto que al ver todos los desarrollos de otros proyectos similares podemos plantear nuevas soluciones.
- **La disposición:** trata sobre el orden de las partes, sobre la organización de la cadena de los argumentos que componen una acción, un texto o un discurso. Es como organizamos el recorrido que deben seguir las usuarias del producto final logrando que sea significativo y productivo. Esto depende de las convenciones sociales.
- **El estilo:** se define así como el arte de hallar la adecuada expresión de las ideas, pensando ya no sólo en el QUE sino en el CÓMO de las formas comunicativas. Es la parte fundamental del argumento, no es un concepto cosmético, es la forma como equipamos el discurso para que cumpla los objetivos planteados. Esto se logra por medio de las figuras retóricas utilizadas en el desarrollo del producto que son los esquemas en los que los argumentos son vertidos para que cumplan algún propósito.
- **La memoria:** se refiere a la necesidad que tiene el productor de aprender diversos tópicos que puede usar en cualquier momento de la deliberación, es decir, se relaciona con el depósito de los tópicos o lugares que pueden usarse libremente en el discurrir y por tanto la memoria está relacionada con la Invención. La memoria son los elementos que van a permitir que los usuarios recuerden el producto gracias a algún elemento utilizado.

- **La Acción:** también conocida como la Actio, la acción es otra de las cinco partes de la retórica que junto con la Elocutio, tiene que ver más con el CÓMO que con el QUÉ de la actuación retórica.<sup>11</sup> Esta es la puesta en escena de los argumentos que tiene como objetivo persuadir. Ya es el resultado final del producto.

**4.1.5 El diseño gráfico en el espacio social – Alejandro Tapia – Editorial Nobuko – 2005.** La teoría de la argumentación es útil para entender y ejercer el diseño gráfico, debido a que los temas que estudia resultan relevantes en el proceso proyectual de la comunicación.

“La imagen como instrumento de expansión de la argumentación no es únicamente un desarrollo de las artes gráficas, sino resultado de la exigencia del contexto urbano e industrial que hacía necesario explorar sus posibilidades para ejercer la acción persuasiva para todos los medios posibles”<sup>12</sup>

Para el desarrollo del proyecto se utilizaron 2 conceptos de esta lectura:

**Discurso demostrativo:** habla sobre la marca e identidad, infografía y los contenidos en este caso artículos o noticias de una revista.

**Discurso deliberativo:** tiene que ver con la publicidad y el cartel y se relaciona con las pautas publicitarias de la revista.

**4.1.6 Convivencia y homofobia en la escuela – Erik Werner Cantor - Universidad Pedagógica Nacional – 2008.** Este libro analiza la cultura estudiantil predominante en la escuela con respecto a los jóvenes homosexuales, las lesbianas y transgeneristas. Analizando a la vez las creencias, emociones y comportamientos de los y las estudiantes frente a sus compañeros homosexuales y lesbianas.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> TAPIA Alejandro. Op.cit. Disponible en internet: Disponible en internet: <http://elarbodelaretorica.blogspot.com/2007/03/las-cinco-partes-de-la-retrica.htm>

<sup>12</sup> Ibíd. Disponible en internet: <http://elarbodelaretorica.blogspot.com/2007/03/las-cinco-partes-de-la-retrica.htm>

<sup>13</sup> WERNER CANTOR Erik - Convivencia y homofobia en la escuela – Editorial Kimpres - Bogotá Colombia - 2008

**4.1.7 Diseño gráfico - nuevos fundamentos – Ellen Lupton – Jennifer Cole Phillips – Editorial GG – 2009.** Este libro analiza los elementos y las estructuras que subyacen a todo proyecto de diseño (Ya sea un logotipo, un cartel, o un sitio web) como son el punto, la línea, el plano, la escala, la jerarquía, las capas y la transparencia.

De una manera más puntual, este libro nos muestra cómo se aplica la teoría del color para que el uso correcto de ellos afecte la energía visual y el tono general de la composición.

Todo color puede ser descrito con relación a un rango de atributos. El conocimiento de estas características ayuda a elegir y combinar los colores. Utilizar colores de valores distintos teniendo en cuenta que valor se refiere al carácter más claro o más oscuro de un color; resalta las formas y concentra la atención sobre ellas.<sup>14</sup>

**4.1.8 E-zines diseño de revistas digitales – Martha Gill – Editorial GG – 2000.** Este libro cubre diversos aspectos sobre el tema y recoge información variada sobre la estructura y el diseño de las revistas digitales: desde su puesta en marcha y promoción, hasta el formato de las secciones y las columnas. Ofrece consejos prácticos de diseñadores y trucos básicos para la navegación, programación y la estructura de los sitios web.<sup>15</sup>

**4.1.9 1001 Trucos publicitarios – Luc Dupont – Editorial Robinbook – 2004.** Este libro es una fuente práctica, eficaz y de fácil consulta para saber qué tipos de herramientas, estrategias y técnicas utilizar en cada campaña publicitaria para lograr el éxito.

---

<sup>14</sup> LUPTON Ellen / COLE PHILLIPS Jennifer - Diseño gráfico Nuevos fundamentos – Teoría básica del color - Pág. 72. - Editorial Gustavo Gili - Barcelona – 2009.

<sup>15</sup> GILL Martha - E-zines Diseño de revistas digitales – Editorial Gustavo Gili – Barcelona - 2000

El capítulo 7 habla sobre el significado oculto de los colores, dándonos una explicación sobre lo que transmiten algunos colores, mostrándonos a la vez maneras de combinarlos para generar distintas emociones.<sup>16</sup>

**4.1.10 Sistema de grillas – Josef Müller Brockman – Editorial GG – 1982.** Este libro habla de cómo la función y empleo del sistema reticular quiere ser un instrumento de trabajo para el diseñador que se ocupa de espacios bi y tridimensionales de modo que le permita la concepción, organización y configuración de las soluciones visuales a sus problemas de forma más segura y rápida. El autor ha intentado registrar y explicar con detalle, y paso a paso, los puntos esenciales que deben tenerse en cuenta en la concepción de una retícula.<sup>17</sup>

**4.1.11 Diseñar con y sin retículas – Timothy Samara – Editorial GG – 2008.** Este libro se divide en dos partes, la primera analiza la retícula tipográfica tradicional y el uso que tiene, y en la segunda se muestra como des construirla o como trabajar sin ella. Sirvió para elegir la retícula modular para el desarrollo de la diagramación del producto final.

## **4.2 MARCO CONTEXTUAL**

**Espacio y tiempo:** Este proyecto se llevó a cabo en la ciudad Santiago de Cali durante el año 2012 y los dos primeros meses del 2013

### **4.2.1 Análisis revistas lésbicas**

**4.2.1.1 Revista LSBI - España - (Digital).** Esta publicación nació en octubre del 2008 con el objetivo de crear un espacio donde las mujeres lesbianas puedan expresarse con independencia, contar sus problemas y proponer los temas que son de su interés, es un espacio libre, diverso y abierto a todas para lograr la visibilidad y con ella la naturalidad. Esta pieza editorial da una perspectiva de lo que ya se ha realizado desde el diseño gráfico para la comunidad lésbica de España.

---

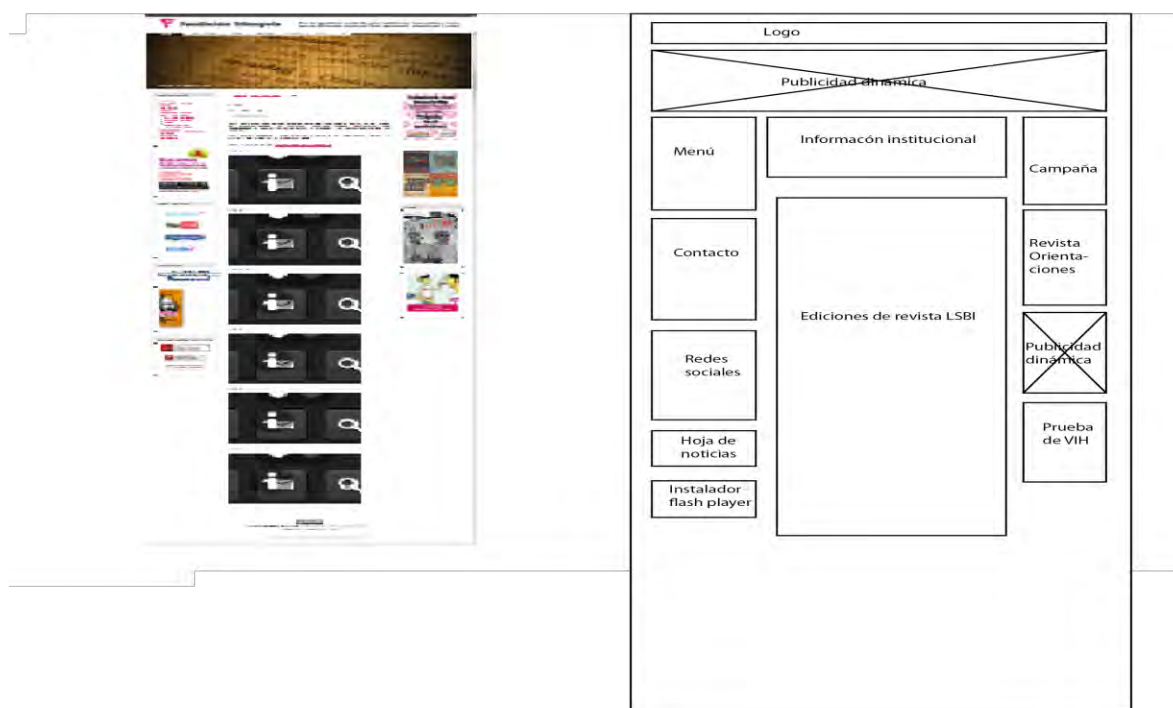
<sup>16</sup> DUPONT Luc - 1001 Trucos publicitarios – Capítulo 7 - El significado oculto de los colores - Pág. 179 – Editorial Robinbook - 2012

<sup>17</sup> BROCKMAN MULLER Joseph - Sistema de Grillas – Disponible en internet: <http://www.tdgtres.com/files/libros/sistema%20de%20grillas.pdf>

Este E-magazine presenta los componentes básicos de un sitio web: header, menú, contenido y footer. En el header se encuentra el logo y un banner que presenta las ciudades donde están ubicados. Se encuentra también una publicidad dinámica de gran tamaño que acompaña un menú que esta conformado por áreas, cooperación, salud, educación, juventud, mujer y cine. La estructura del home está conformada por el menú principal, banners publicitarios, imágenes, redes sociales y todos los diferentes números de la revista para que el usuario acceda al que desee. El footer contiene el copyright.

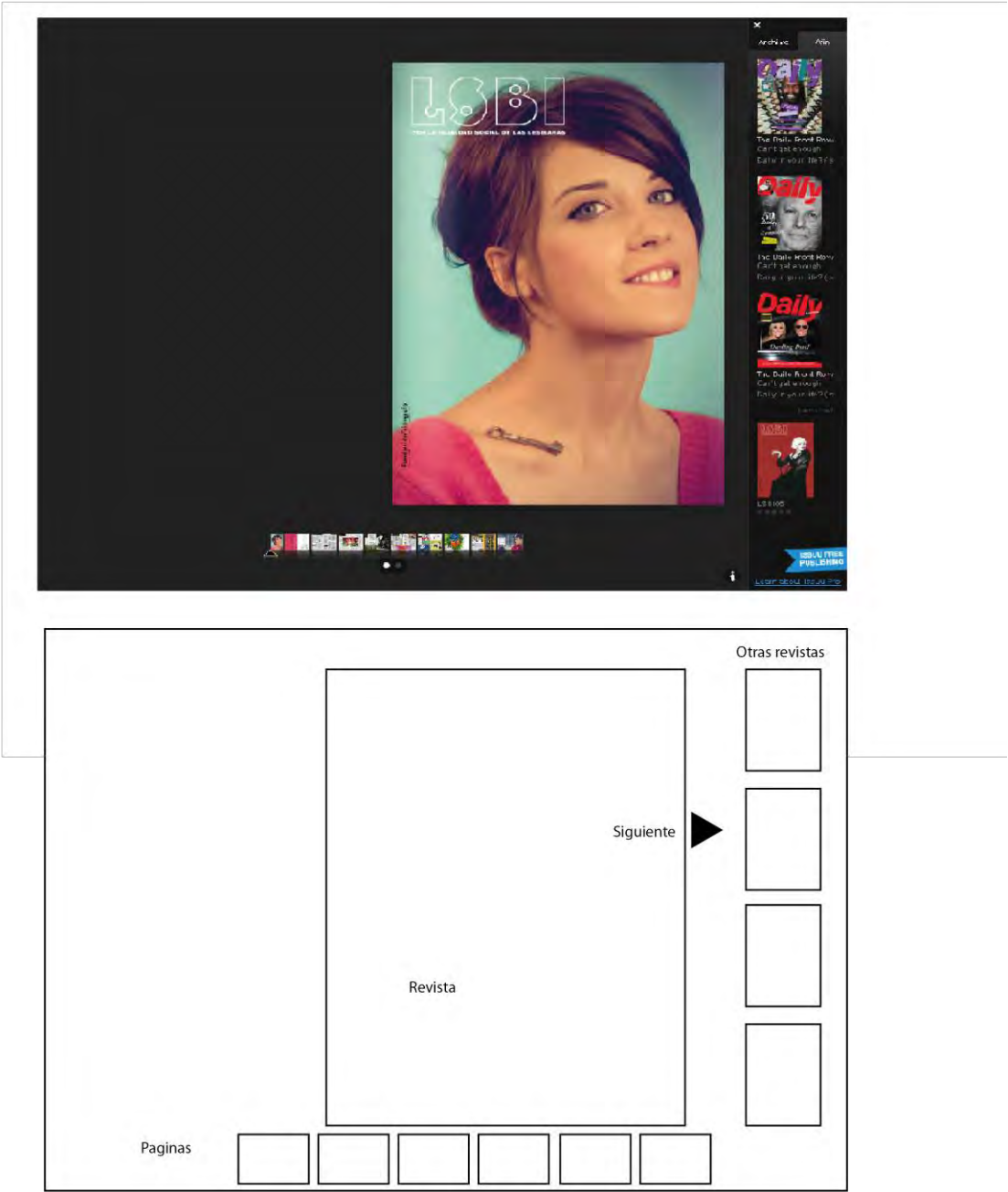
El diseño visual del sitio web es coherente con los colores del imago tipo (Negro y magenta). Se maneja un fondo blanco que junto a la tipografía Sans Serif, da una apariencia moderna y brinda legibilidad.

**Figura 1. Página principal revista LSBI<sup>18</sup>**



<sup>18</sup>Página revista LSBI Metáfora [en línea] España[consultado febrero de 2012] Disponible en internet: - <http://www.fundaciontriangulo.org/publicaciones/lsbi> (Consultado junio del 2012)

Figura 2. Visualización revista digital LSBI





**Figura 3. Análisis revista LSBI**



Fundación Triángulo se fundó en 1996 para conseguir la igualdad de derechos políticos y sociales para gays, lesbianas, bisexuales y trans

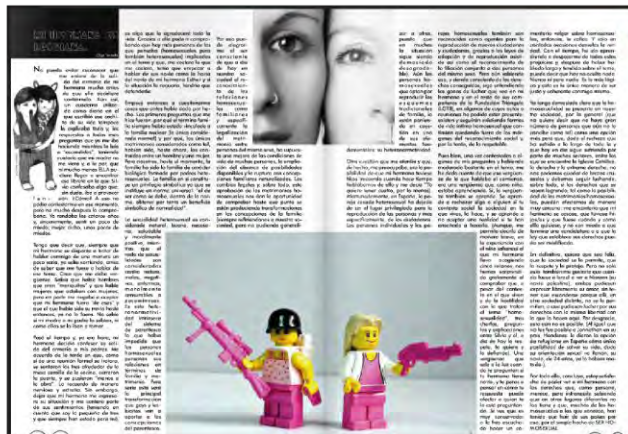


**PORTADA**  
Se caracteriza por su limpieza, unidad, frescura y feminidad.



**ARTE**

Las muestras de arte en la revista tienen como finalidad complementar el objetivo de la revista tal es ser una pieza editorial para mujeres lesbianas que les gusta el cine, la lectura, las pinturas entre otros.



**ARTICULOS**

Los artículos de esta revista contienen bastante información esto al parecer por la cultura de lectura que tiene España; las metáforas y juegos con otras figuras retóricas en los artículos y demás secciones demuestra para que tipo de público esta diseñada este producto.

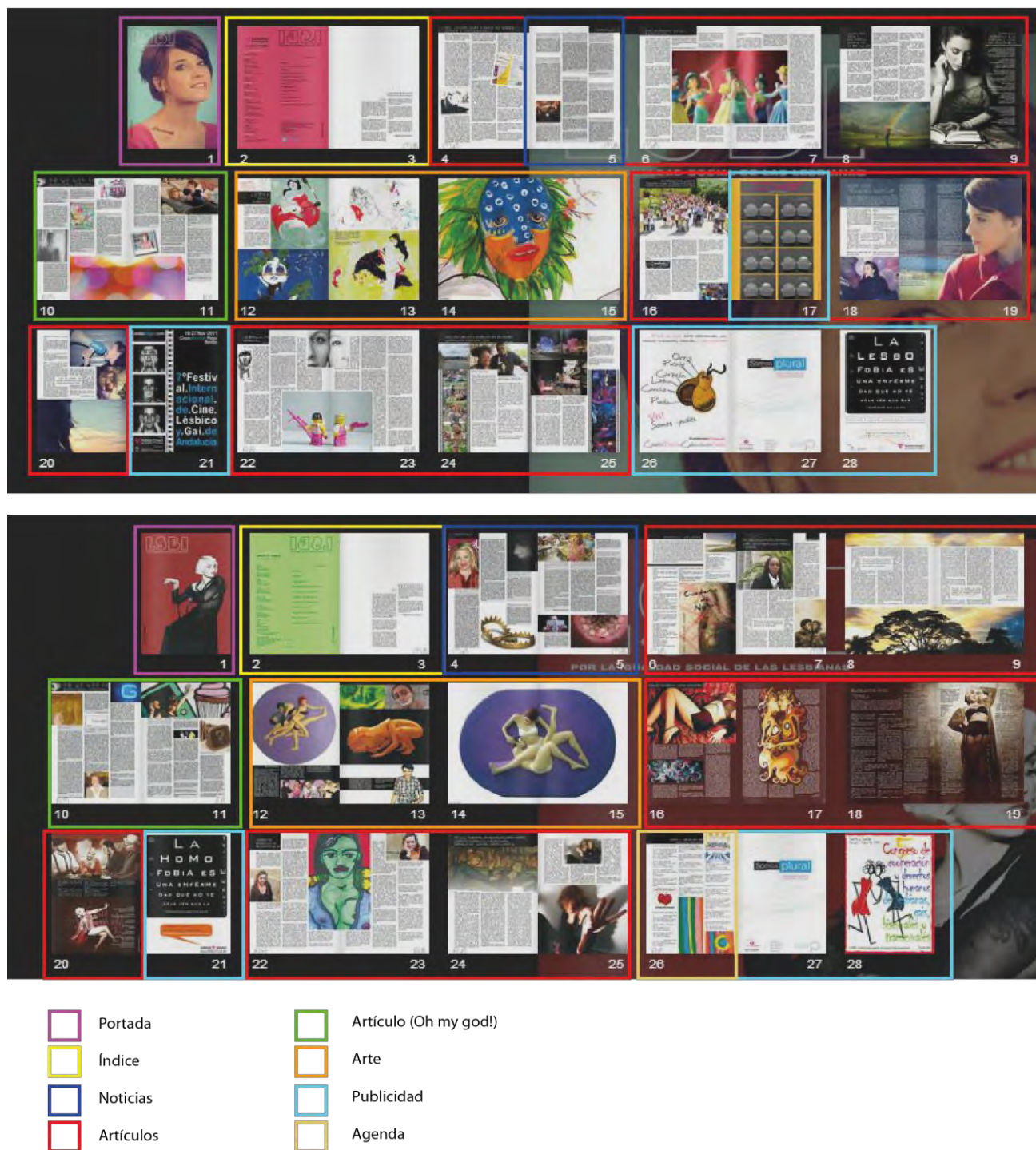


**PAUTA PUBLICITARIA**

Tiene un carácter social y muestra la lucha contra la discriminación que lleva a cabo la fundación triángulo de España que a su vez es la encargada de la revista LSBI.



Figura 4. Organización de las páginas de la revista LSBI



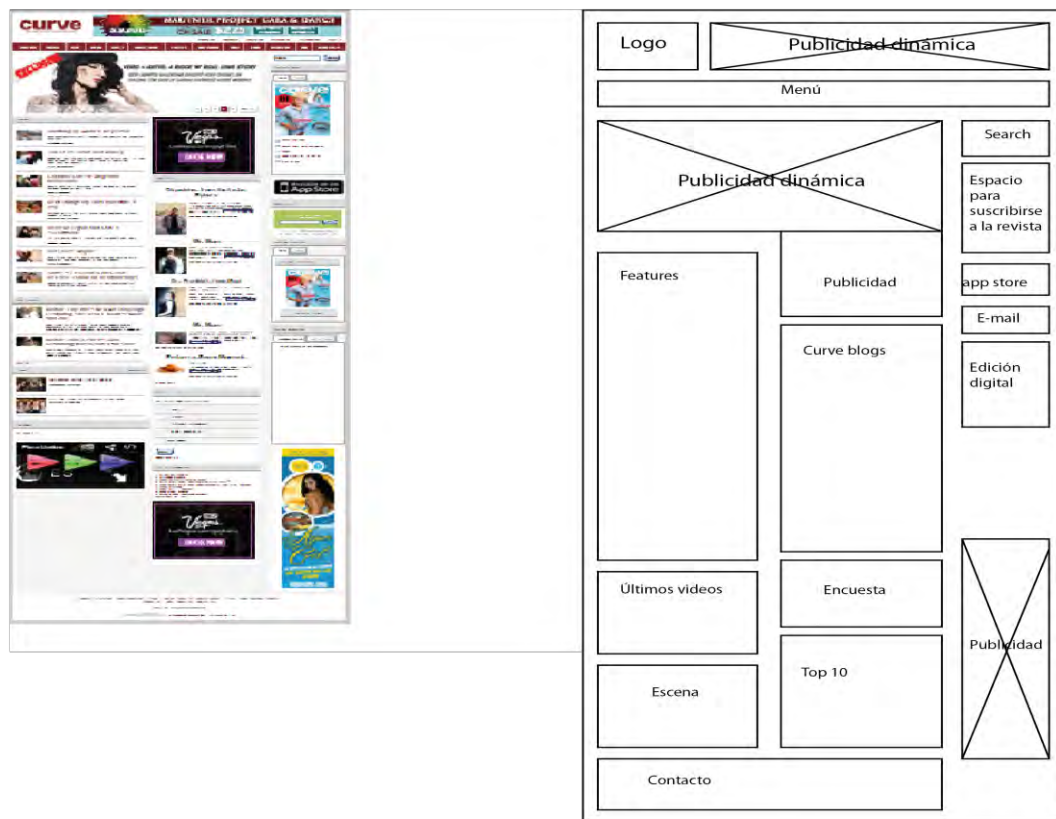
**4.2.1.2 Revista Curve - EE.UU, (Impresa – Digital).** Curve, es la revista lésbica más vendida de USA pone en relieve todo lo que es fresco, divertido, emocionante, polémico y de vanguardia en la comunidad de Estados Unidos. Habla de lo último en entrevistas con celebridades lesbianas, noticias, política, cultura pop, estilo, viajes, temas sociales y de entretenimiento.

Esta publicación permite conocer el manejo que tiene el diseño gráfico para una comunidad lésbica de Estados Unidos. Sirve para ver los elementos utilizados y la forma de comunicarse de una manera seria con la comunidad.

Este E-magazine presenta los componentes básicos de un sitio web: header, menú, contenido y footer. En el header se encuentra el logo, un menú de contacto, y un menú donde se encuentran los artículos de la revista. Se encuentra también una publicidad dinámica de gran tamaño. El contenido está conformado por noticias, historias, banners publicitarios, blogs, imágenes, redes sociales y revista digital, top 10 de DVD lésbicos, encuestas y calendario de eventos. El footer contiene el copyright y un banner publicitario.

El diseño visual del sitio web es coherente con los colores del logotipo (rojo). Se maneja un fondo blanco y las barras del menú de color rojo. La tipografía es Sans Serif la cual brinda legibilidad, ya que la página tiene mucha información y esta permite que el usuario no se canse al leer.

**Figura 5. Página principal revista CURVE<sup>19</sup>**



<sup>19</sup> Pagina principal revista CURVE – Metáfora [en línea]Estado unidos[consultado febrero de 2012] Disponible en internet: Estados Unidos - <http://www.curvemag.com/> (Consultado junio del 2012)



Figura 6. Visualización revista digital CURVE

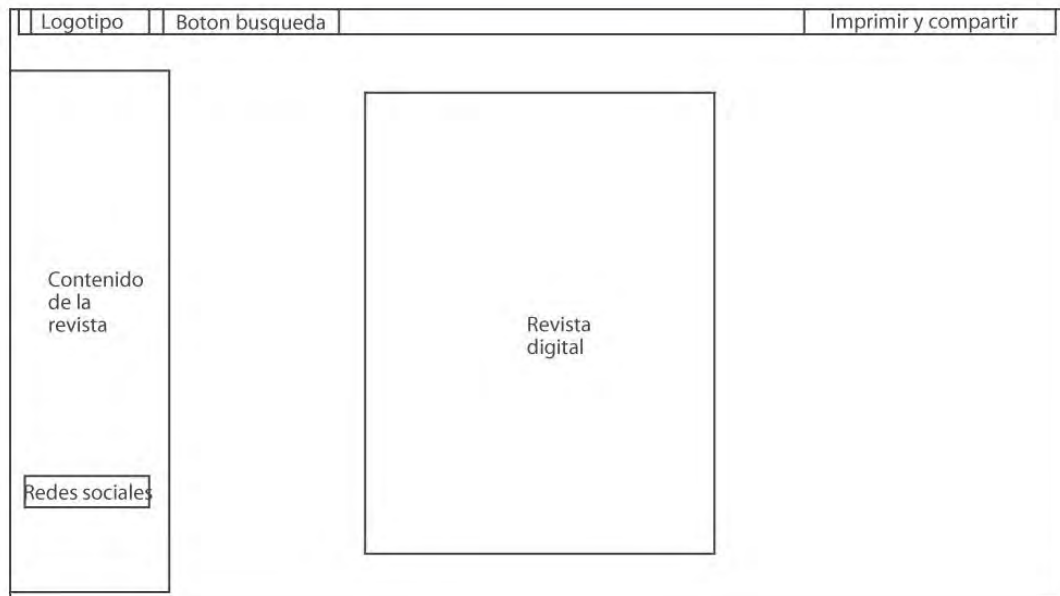


Figura 7. Análisis de la revista CURVE



**PORTADA**  
Se caracteriza por ser muy sofisticada, contemporánea chic y cosmopolita



**PAUTA PUBLICITARIA**  
Se conecta muy bien con el estilo glamoroso de la revista, ya que es una revista para mujeres lesbianas y además muy pendientes de la moda, lujos, entretenimiento y el amplio mundo de una mujer citadina



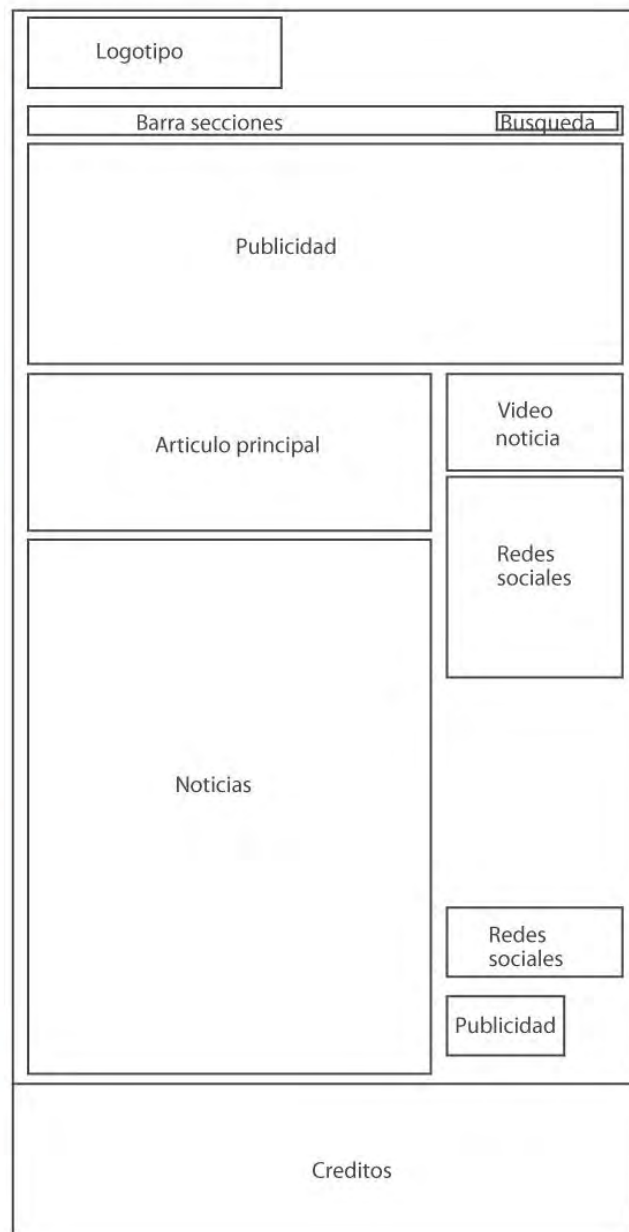
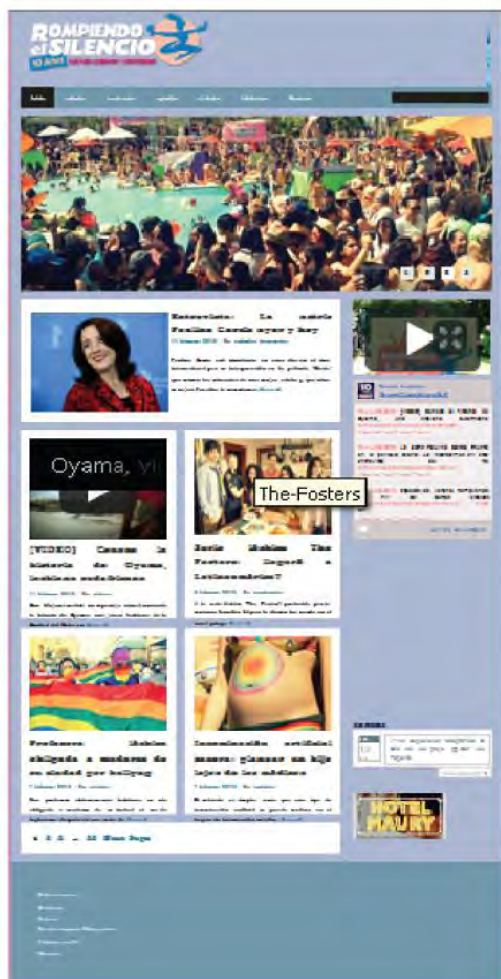
**CONTENIDO**  
La revista divide los tipos de artículos que tiene y los organiza en dos grupos, selecciona cada artículo en una replica de la portada para señalar en que pagina se encuentran,

**4.2.1.3 Revista Rompiendo el silencio – Chile.** Es importante saber que en Latinoamérica se cuenta con una publicación de este tipo donde se busca que la mujer lesbiana salga y luche por sus derechos sin miedo alguno, esta revista sirve como un referente más cercano con este proyecto

Este E-magazine presenta los componentes básicos de un sitio web: header, menú, contenido y footer. En el header se encuentra el logo, el menú principal y la barra de búsqueda. Se encuentra también una publicidad dinámica de gran tamaño. El contenido está conformado por el artículo principal de la revista, noticias, banners publicitarios, agenda, imágenes, redes sociales, revista digital y “rompiendo la tv” que es el canal de la revista. El footer contiene el menú de contacto.

El diseño visual del sitio web es manejado con colores pasteles (violeta azulado, violeta rojizo y azul). La tipografía utilizada es con serifa lo cual marca una diferencia con los demás sitios analizados.

Figura 8. Página principal revista ROMPIENDO EL SILENCIO<sup>20</sup>



<sup>20</sup> Pagina principal revista ROMPIENDO EL SILENCIO – Chile - <http://www.rompiendoelsilencio.cl/> (Consultado junio del 2012)



Figura 9. Revista digital ROMPIENDO EL SILENCIO



Figura 10. Análisis revista ROMPIENDO EL SILENCIO



Rompiendo el Silencio es un medio de comunicación por internet que se fundó el 14 de mayo del año 2002. Desde sus inicios, la labor de RS ha sido el activismo comunicacional, facilitando la visibilidad política de lesbianas y bisexuales. Diferentes proyectos han crecido bajo el alero de este sitio web: el año 2008 y hasta el 2010, circuló la primera revista impresa para lesbianas en Chile.

#### PORTADA

Se caracteriza por contar una historia y esta suele ser el artículo principal de la revista, también por su sobriedad, equilibrio.



#### ARTICULOS

En esta revista sus artículos pueden ocupar entre cuatro a cinco paginas, extensos cuerpos de textos que acompañados de imágenes igual de significantes generan una buena comunicación.

#### CARICATURA

El humor y sarcasmo hace presencia en la revista, es la parte relajada o fresca después de leer un buen contenido.



**4.2.1.4 Revista Ambición – Colombia - (Comunidad L.G.B.T.I).** Esta publicación originalmente de Cali, en la actualidad no está en circulación. Ha servido para entender como se ha asumido un proyecto de revista en la ciudad de Cali para una comunidad L.G.B.T.I por parte de Alejandro Gallego director de esta revista. Aportando información valiosa de cómo se debe manejar un proyecto de estos en una sociedad donde según él, “todavía no es bien vista esta comunidad”.

**4.2.2 Estudio Colombiano Mundo G&L - Comunidad Gay & Lesbiana”** <sup>21</sup>.UM entrega el primer estudio en el país sobre comunidad Gay y Lesbiana (más de 50 entrevistas, 700 encuestados, 20 etnografías, 6 sesiones de grupo en las principales ciudades del país – Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla) en el que se develan aspectos fundamentales como condiciones de vida, consumo de productos y servicios, e imaginarios políticos y mediáticos de reconocimiento y aceptación. En el desarrollo del estudio fue fundamental el apoyo de byÓptimos, la agencia de investigación.

**4.2.3 Encuesta L.G.B.T.I: sexualidad y derechos. Participantes de la marcha de la ciudadanía LGBTI de Bogotá – 2007.** Reúne los resultados de la Encuesta L.G.B.T.I - Sexualidad y Derechos aplicada entre las personas participantes de la Marcha por la Ciudadanía L.G.B.T.I de Bogotá el 1º. De julio de 2007. El proyecto ha sido promovido por el Centro Latinoamericano en Sexualidad y Derechos Humanos (CLAM), del Instituto de Medicina Social, Universidad del Estado de Río de Janeiro, en varias ciudades de la región, y fue desarrollado en Colombia gracias a un convenio entre ese centro regional, Pro familia y el Grupo de Estudios de Género, Sexualidad y Salud en América Latina (GESSAM) de la Escuela de Estudios de Género, Universidad Nacional de Colombia.

**4.2.4 Sentencias de la corte constitucional colombiana que consideran derechos de lesbianas, gay, bisexuales y personas trans; así como de las parejas del mismo sexo.** Sirvió para entender cuál es la situación actual de los derechos de la comunidad L.G.B.T.I en Colombia y cuanto se están haciendo respetar, para poder dar una información valedera de a la comunidad lésbica en la pieza gráfica.

---

<sup>21</sup> Estudio Colombiano Mundo G&L - Comunidad Gay & Lesbiana Metáfora [en línea]Colombia [consultado febrero de 2012] Disponible en internet: Disponible en internet:: [http://www.revistapym.com.co/industria/indicadores/estudio-colombiano-mundo-gl-comunidad-gay-lesbian\\_art\\_365](http://www.revistapym.com.co/industria/indicadores/estudio-colombiano-mundo-gl-comunidad-gay-lesbian_art_365). (2009)

#### **4.2.5 Diversidad sexual en la escuela (Dinámicas pedagógicas para enfrentar la homofobia) – Carlos Iván García Suarez – Bogotá - Septiembre del 2007.**

Este manual pedagógico forma parte de la apuesta hecha por Colombia Diversa, en sus ejes de acción institucional de “lograr el pleno reconocimiento de los derechos de las personas lesbianas, gays, bisexuales y transgeneristas (L.G.B.T.I)” y de “transformar positivamente los imaginarios que existen sobre las personas L.G.B.T.I”.

**4.2.6 Video “Mi familia” - (Septiembre-2012)<sup>22</sup>.** En este documental, madres y padres de familia hablan acerca de cómo el amor y la aceptación los ha unido a sus hijos e hijas independientemente de su orientación sexual e identidad de género.

Con el apoyo de otras familias y un Centro Comunitario, estos padres han aprendido a entender a sus hijos homosexuales, lesbianas o transexuales, más de lo que se pudieron haber imaginado.

**4.2.7 Diseño y planeación de un E-magazine 2.0 como medio de difusión y promoción musical de las principales tribus urbanas de la ciudad de Santiago de Cali.** Este antecedente ha servido evidenciar como otros asumen un proyecto de revista digital en la ciudad de Cali para un público específico y que probablemente no cuenta con un sistema de comunicación. Para tener una idea clara de metodología y desarrollo del proyecto y obtener buenos resultados.

**4.2.8 “Colectivo sentido diverso”<sup>23</sup>.** Son un COLECTIVO de personas transeúntes por el género y la sexualidad, que a partir de una PERSPECTIVA JUVENIL buscan construir un sentido político desde lo cultural, como instrumento y estrategia, para que los y las jóvenes conozcan y vivan sus derechos, transformen su realidad, fortalezcan su capacidad de gestionar y propongan de manera creativa otras cotidianidades. El COLECTIVO SENTIMOS DIVERSO cuenta con el apoyo y financiación de la Fundación Lésbica ASTRAEA para la Justicia.

---

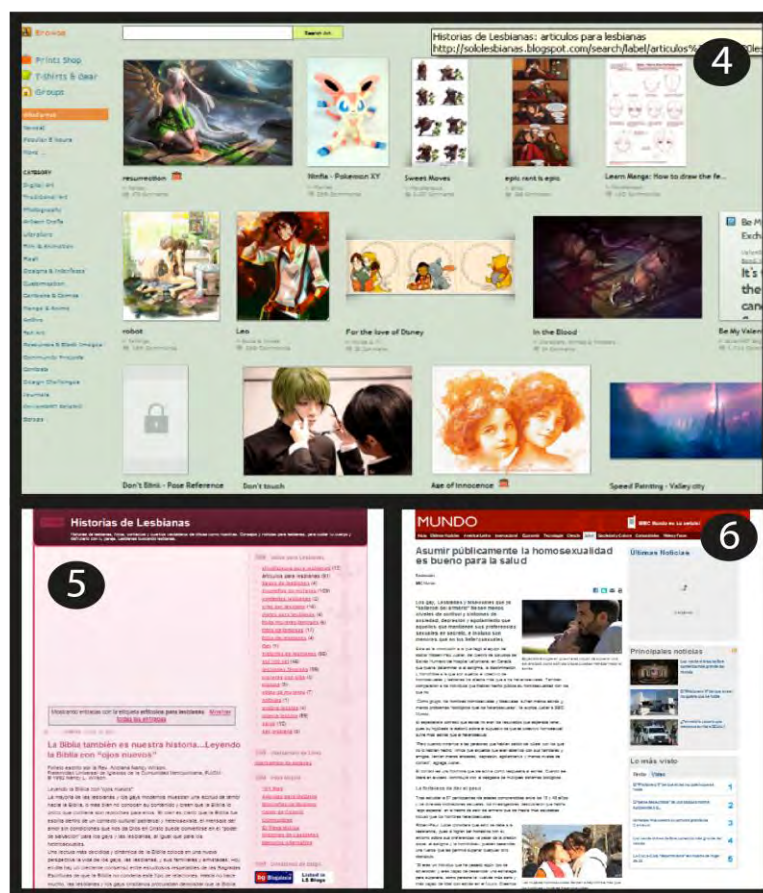
<sup>22</sup> “Mi familia” Documental, Metáfora [en línea]Estados Unidos[consultado febrero de 2012] Disponible en internet: Estados Unidos – <http://www.youtube.com/watch?v=v3wbT2HdKw&list=PL6F89400792ED6340>. (Septiembre-2012)

<sup>23</sup> Fundación “Colectivo sentido diverso” – Blog - Metáfora [en línea]Colombia [consultado febrero de 2012] Disponible en internet:sentimosdiverso.blogspot.com

**4.2.9 Colombia diversa<sup>24</sup>.** COLOMBIA DIVERSA es una organización no gubernamental, sin ánimo de lucro que, creada en 2004, trabaja por el pleno reconocimiento y ejercicio de los derechos humanos de las personas L.G.B.T.I (Lesbianas, Gay, Bisexuales y Transgeneristas) en Colombia. COLOMBIA DIVERSA busca la inclusión, la movilización y el reconocimiento de los derechos humanos de la población L.G.B.T.I en Colombia. Promueve la organización de esta comunidad y la transformación de los imaginarios negativos que existen sobre ella.

**4.2.10 Información de Revista Juana.** Estas páginas sirvieron para la información que tiene el primer número de la revista, tales como artículos e imágenes.

**Figura 11. Páginas de información lésbica**



<sup>24</sup> Organización Colombia diversa – Blog Metáfora [en línea] Colombia[consultado febrero de 2012] Disponible en internet: <http://www.colombiadiversa-blog.org/p/que-hacemos.html>.

**4.2.11 Entrevista Socióloga Consuelo Malatesta.** Consuelo es la socióloga de la Fundación Mujer, Arte y Vida, esta entrevista ayudo entender la realidad cuando se quiere llevar a cabo un proyecto para la comunidad L.G.T.B.I y enfrentarse a la discriminación de parte de la misma comunidad a las personas heterosexuales, ya que ella concluye que “cuando una persona decide llevar un proyecto para una comunidad a la que no pertenece muchas veces no es bien vista” a pesar de todo mostro apoyo al proyecto.

**4.2.12 Entrevista Psicóloga Adriana Medina - Universidad Autónoma de Occidente.** Esta entrevista ayudo a entender como es vista esta comunidad desde la profesión de la psicología, dándonos consejos de cómo dirigirnos a ellas y como guiarlas hacia el objetivo de nuestro proyecto.

**4.2.13 Entrevista Publicista Alejandro Gallego – Director revista Ambición.** Es un ejemplo claro de cómo desarrollar el proyecto de revista y todas las dificultades que debes afrontar, Alejandro comenta que “no es fácil tener una revista para la comunidad L.G.B.T.I pero vale la pena asumir el reto.”

**4.2.14 Entrevista a 10 jóvenes lesbianas de la Ciudad de Cali.** En esta entrevista se habla de cómo es la vida de estas jóvenes al mostrarle a su familia su orientación sexual. Y como ha cambiado después de haber “salido del clóset” con sus amistades y personas que las rodean.

Ayuda a dar el primer paso en cuanto a la caracterización del público objetivo, conocer y evidenciar gustos, vestimentas, sitios de encuentro y demás elementos que fueron importantes en el trabajo.

#### 4.2.16 Análisis entrevista 10 mujeres lesbianas

**Cuadro 1. Ficha técnica**

Nombre	Edad	Estrato	Ocupación
Angélica Lobo	17	3	Estudiante universitaria
Cristina Torres	19	3	Estudiante universitaria
Isabella Yaker	16	4	Estudiante de colegio
Luisa Lizcano	19	2	Sin ocupación
Nathalia Ramírez	22	4	Estudiante universitaria
Wendy Benítez	19	2	Trabajadora independiente
Laura Rodríguez	20	2	Estudiante universitaria
Alexandra Gutiérrez	18	3	Sin ocupación
Camila Guerrero	23	3	Empleada
Ángela Muñoz	16	3	Estudiante de colegio

##### 4.2.15.1 Preguntas

- ¿Cuáles son sus puntos de encuentro?
- ¿Se conecta constantemente a internet?
- ¿cuál son las páginas que más visita en la web?
- ¿Qué piensa de tener una pareja?
- ¿Existen roles en una pareja lesbiana?
- ¿Cuáles son los roles?

##### 4.2.15.2 Lugar: Loma de la cruz

Se entrevistaron 10 mujeres entre los 16 y 24 años para entender los gustos, afinaciones, estilo de vida y puntos de encuentro que tiene esta comunidad, realizando una salida de campo a dos Clubes nocturnos donde se evidenciaron comportamientos, maneras de vestir y características de las parejas homosexuales femeninas.

**4.2.15.3 Características.** Se encontró un patrón de formación de las parejas lésbicas:

Mujer (**femenina**) que realiza el papel de la delicada, coqueta, sumisa, insegura y dependiente de su pareja, y la Mujer (**macho**) que se comporta de una manera más fuerte, decidida, protectora, menos sentimental, teniendo una apariencia física varonil.

El concepto de pareja lo tienen muy claro en el hecho de que quieren tener una persona fija que las respete y les brinde confianza y poder formar una familia. Una persona que sea leal y fiel a la relación.

A continuación se mostrarán los diferentes tipos de lesbianas que podemos encontrar en la sociedad, resaltando que pueden pertenecer a diferentes grupos sociales y que no todas utilizan los mismos elementos para vestirse.

**4.2.15.4 Puntos de encuentro.** En la ciudad de Santiago de Cali existen 4 sitios que sirven de interacción, diversión, rumba y conocer gente, que son los siguientes:

Lulú (Menga) Club nocturno  
Km. 2 Antigua vía a Yumbo.  
[www.luludisco.com](http://www.luludisco.com)

LU-LU es una marca registrada dirigida por su creador Mixter Edwin, quien en los últimos años ha orientado todas sus acciones a satisfacer las necesidades lúdicas y de esparcimiento de la comunidad L.G.B.T.I de Cali.

Tres de las expresiones empresariales más significativas de la marca LU-LU se descubren en las discotecas y restaurante bar: LU-LU electro y LU-LU latino y Adonia.



**Figura 12. Foto : Discoteca LU-LU**



- PINK (Menga) Club nocturno - Carrera 39 numero 13 -146
- PINK (Av. sexta) Club nocturno
- Loma de la cruz (San Antonio) sitio al aire libre

El parque artesanal Loma de la Cruz está ubicado en la calle 5 entre carreras 14 y 16, donde se encuentra una variada muestra de artesanías latinoamericanas en sus más de 60 estantes de artesanías, que ofrecen posibilidades a los visitantes, desde elaboradas artesanías en madera, cerámica, chivas, balcones, trenzas, guacamayos, móviles y tallados de madera, hasta una encuentros musicales con artistas, cantantes y actores que ofrecen espectáculos culturales.

**Figura 13. Foto 2: Parque Artesanal Loma de la Cruz**



**Figura 14. Foto 3: Fuente Parque Artesanal Loma de la Cruz**



**Figura 15. Foto 4: Parque Artesanal Loma de la Cruz**



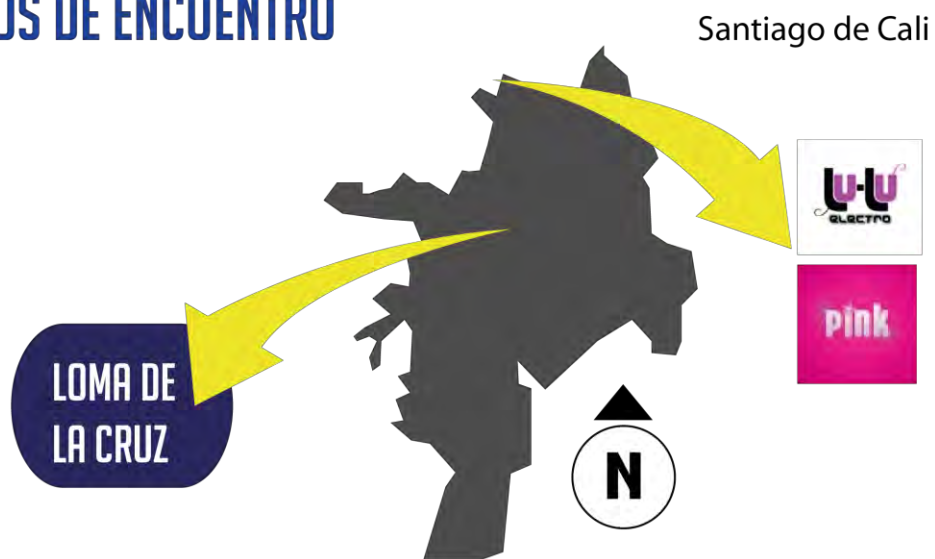


Figura 16. Foto 5: Parque Artesanal Loma de la Cruz



Figura 17. Mapa 1: Ubicación sitios de encuentro Cali

## SITIOS DE ENCUENTRO



**4.2.15.5 Ambiente.** En estos “clubes nocturnos de ambiente” coloquialmente llamados así, como en un club tradicional, se baila, se consume alcohol, se besan, se divierten y lo más importante se sienten a gusto y disfrutan el momento con la tranquilidad de no ser juzgadas.

La Loma de la cruz es un sitio al que asisten para beber, fumar, hablar, besarse, compartir con su pareja o amigas y disfrutar del aire libre, participando a la vez de obras u otras actividades culturales que hacen parte de las noches del lugar. Es un sitio público, lo cual hace presente todo tipo de personas, pero ellas no se sienten segregadas, ni juzgadas.

**4.2.15.6 En la web.** Existe una variedad de blogs y grupos en las redes sociales que sirven como medios de contacto para la realización de encuentros, salidas y planes para conocerse entre sí. Pero de estos sitios, son pocos los que se toman la tarea de exponer temas de interés y serios para esta comunidad. Se enfocan en la vida social. Pero cabe resaltar el apoyo de esta comunidad hacia sus miembros que se vivencia en dichos grupos.

**4.2.16 Encuesta a 150 jóvenes lesbianas entre 16 a 24 años.** En esta encuesta el objetivo era tener datos más específicos sobre gustos y estilos de vida de las jóvenes teniendo en cuenta la entrevista anterior. Nos guió de una manera más acertada a los temas de interés para esta comunidad.

## Cuadro 2. Ficha técnica

Nº	Nombre	Edad	Estrato	Ocupación
1	Fabiola López Garrido	24	3	Comerciante
2	Jenny Osorio	22	3	Estudiante universitaria
3	Janeth Gómez	19	2	Estudiante universitaria
4	Nicol Pérez	18	3	Estudiante universitaria
5	Vanessa Arboleda	19	2	Secretaria
6	Isabela Rincón	18	2	Estudiante universitaria
7	Angélica Loba	17	3	No responde
8	Cristina Torres	19	3	Estudiante universitaria
9	Isabela Baker	16	4	Estudiante de colegio
10	Luisa Lizcano	19	2	Sin ocupación
11	Natalia Ramírez	22	4	Estudiante universitaria
12	Wendy Benítez	19	2	Trabajadora independiente
13	Laura Rodríguez	20	2	Estudiante universitaria

Cuadro 2 continuacion

14	Alexandra Gutiérrez	18	3	Sin ocupación
15	Camila Guerrero	23	3	Cantante
16	Ángela Muñoz	16	3	Estudiante de colegio
17	Paola Valencia	22	2	Esteticista
18	Luisa Garzón	18	3	Estudiante universitaria
19	Ana Y. Perea	20	3	Comerciante
20	Angie L. Méndez	17	2	Estudiante universitaria
21	Daniela Perea	16	3	Estudiante de colegio
22	Tatiana L. Pesillo	23	4	Estudiante universitaria
23	Juliana Bravo	24	3	Ingeniera industrial
24	Alejandra Machado	17	2	Sin ocupación
25	N.N	22	3	Estudiante universitaria
26	Jessica Mejía	-----	2	Sin ocupación
27	Carla Mojica	22	3	Comunicadora
28	Lina López	23	2	Estudiante universitaria
29	Mónica Martínez	21	3	-----
30	Beatriz Rivas	22	2	Sin ocupación
31	Ana Ricaurte	17	4	Estudiante universitaria
32	Clara Barrera	23	2	Estudiante universitaria
33	Angélica Caicedo	23	3	Estudiante universitaria
34	Andrea Guerrero	23	4	Estudiante universitaria
35	Ángela Mosquera	22	3	Sin ocupación
36	Maryuri Tabares	24	3	Esteticista
37	Jessica Delgado	23	2	Enfermera
38	Lina Quintero	22	2	Estudiante universitaria
39	Mónica Rúales	21	2	Comerciante
40	Andrea Bravo	16	3	Deportista
41	Carolina López	18	2	Vendedora
42	Lina Zapata	16	3	Estudiante de colegio
43	Melina Cabiedes	20	2	Estudiante universitaria
44	Vanessa Escobar	20	3	Auxiliar de enfermería
45	Lina Echeverry	21	3	Tecnóloga en sistemas
46	Cindy Vásquez	16	4	Estudiante de colegio
47	Daniela Robledo	18	2	Sin ocupación
48	Valeria Becerra	22	3	Arquitecta
49	Ximena Cruz	24	3	Administradora de empresas
50	Sara Ruiz	18	2	Peluquera
51	Viviana Valencia	24	3	Tatuadora
52	Renata Cortes	16	3	Estudiante de colegio
53	Berenice Tamayo	17	4	Estudiante universitaria
54	Patricia Reyes	23	2	Trabajadora social
55	Marcela García	24	3	Enfermera
56	Alejandra Salgado	17	4	Estudiante universitaria
57	Mariana Abelló	19	2	Vendedora
58	Luz Karime Agudelo	23	3	Ingeniera en sistemas
59	Roció Zuluaga	18	2	Sin ocupación

Cuadro 2 continuación

60	Mara Núñez	19	2	Sin ocupación
61	Laura Aguilar	17	6	Estudiante universitaria
62	Karen Padilla	19	3	Estudiante universitaria
63	Manuela Castrillón	23	3	Diseñadora de modas
64	Karina Barreto	24	2	Vendedora
65	Alejandra Reyes	23	2	Impulsadora
66	Rebeca Pérez	24	3	Vendedora
67	Liliana Bedoya	18	2	Sin ocupación
68	Melissa Acosta	23	2	Comerciante
69	Belén Jaramillo	16	4	-----
70	Lorena cruz	18	-----	Sin ocupación
71	Paola Pabón	23	5	Deportista
72	Rosa García	18	2	Impulsadora
73	Lucia Aguirre	24	4	Contadora
74	Helen Pantoja	16	3	Estudiante de colegio
75	Marcela Gallego	23	2	Deportista
76	Natalia	16	3	Estudiante de colegio
77	Jennifer Moreno	20	2	Bailarina
78	Johana Galván	18	3	Estudiante universitaria
79	Camila Andrea	16	2	Estudiante de colegio
80	Leslie Yurani Tamara	24	2	Sin ocupación
81	Andrea Muñoz	24	2	-----
82	Linda Molina	22	2	-----
83	Paola Lucumi	22	-----	Estudiante universitaria
84	Sandra Milena	17	4	-----
85	Kelly Marcela Viafara	19	5	Estudiante universitaria
86	Alejandra Lizcano	22	4	Sin ocupación
87	Alejandra Sánchez	21		Empleada
88	Loren Sofía Vásquez	16	3	Sin ocupación
89	Eliana M. Bermúdez	24	4	Auxiliar en enfermería
90	Julieth Carabalí	18	3	-----
91	Andrea Álvarez	22	3	Estudiante universitaria
92	Jessica Molina	17	3	Estudiante universitaria
93	Kelly Johana Aguilar	19	2	Vendedora
94	Tania Moncada	17	3	Estudiante universitaria
95	Karina Mera	16	2	Estudiante de colegio
96	Dara Peña	22	3	Auxiliar de enfermería
97	Angie Murillo	16	2	Sin ocupación
98	Leidy Tatiana Hurtado	17	3	Vendedora
99	Liliana Arboleda	24	3	Comerciante
100	Ángela María González	20	2	Estudiante universitaria
101	Lorena Nieto	18	3	Estudiante de colegio
102	Patricia Guerrero	-----	3	Estudiante de colegio
103	Daniela Ortiz	26	4	Psicóloga
104	Catalina Críales	19	6	Estudiante universitaria
105	Ana García	16	3	Estudiante de colegio
106	Cristina Payares	21	3	Estudiante universitaria

Cuadro 2 continuación

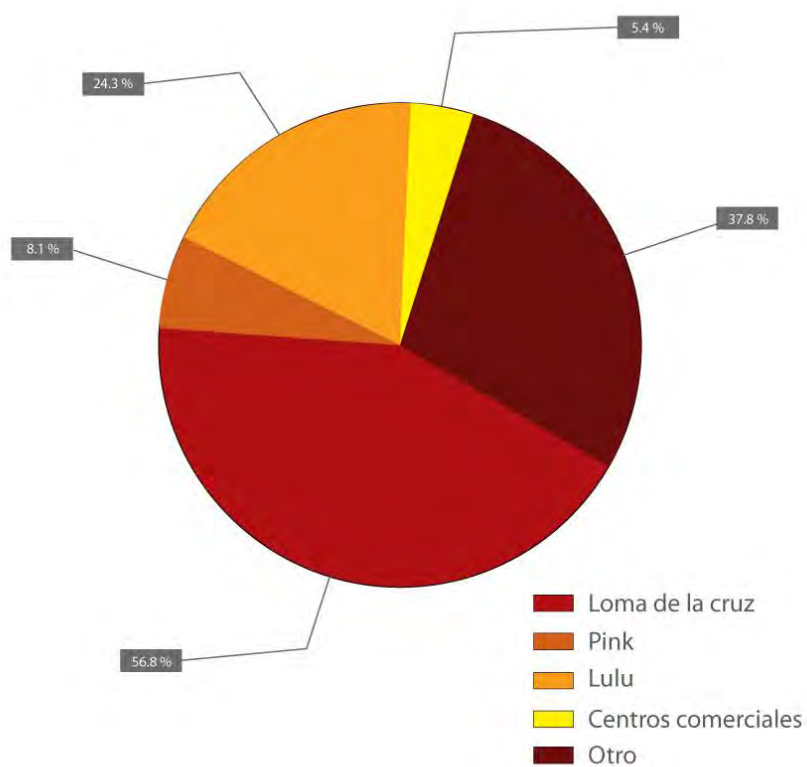
107	Olga P. Garcés	19	4	Estudiante universitaria
108	Valeria Lobo	18	2	Sin ocupación
109	Alexandra Andrade	20	3	Vendedora
110	Carla Vélez	20	3	Estudiante universitaria
111	Melina Echeverry	24	5	Abogada
112	Leslie Henao	17	2	Estudiante universitaria
113	Natalia Villa	22	3	Música
114	Rebeca Morales	16	3	-----
115	Viviana Pérez	16	3	Sin ocupación
116	Regina Abadía	19	4	Estudiante de colegio
117	Tatiana Acosta	17	3	Estudiante de colegio
118	Susana Acevedo	25	3	Cajera
119	Isabel Velasco	20	3	Estudiante universitaria
120	Sandra Sabino	21	3	Sin ocupación
121	Laura Vargas	22	3	Secretaria
122	Sara	-----	-----	Sin ocupación
123	Inés Bedoya	19	3	Sin ocupación
124	Stella Samir	20	2	Estudiante universitaria
125	Martha Salcedo	17	3	Estudiante de colegio
126	Zulema Samir	17	3	Estudiante de colegio
127	Andrea Malangón	21	4	Estudiante universitaria
128	Marisol Rueda	16	3	Estudiante de colegio
129	Natalie Prieto	26	3	Sin ocupación
130	Ángela Arboleda	17	2	Estudiante de colegio
131	Camila García	20	3	Vendedora
132	Carolina Zamora	20	3	Sin ocupación
133	Claudia Pacheco	16	4	Estudiante de colegio
134	Ana María Manzano	18	3	Estudiante universitaria
135	Margarita Escobar	20	3	Estudiante universitaria
136	Mónica Ruiz	19	3	Impulsadora
137	Sonia Cortes	21	5	Estudiante universitaria
138	Jimena Manrique	16	3	Estudiante de colegio
139	Flor González	24	2	Auxiliar de enfermería
140	Linda León	16	3	Estudiante de colegio
141	Cecilia Maya	18	-----	Sin ocupación
142	Emma Rasero	19	4	Deportista
143	Pilar Moreno	19	6	Estudiante universitaria
144	Nidia Pachón	22	6	Estudiante universitaria
145	Gloria Pizarro	23	6	Estudiante universitaria
146	Marta Ramírez	-----	3	Diseñadora de modas
147	Ivonne Sarmiento	21	3	Diseñadora grafica
148	Catalina Hinestroza	16	2	Estudiante de colegio
149	Valeria Hernández	17	3	Estudiante de colegio
150	Juanita Nieto	16	3	Estudiante de colegio



#### 4.2.17 Análisis resultados encuesta 150 mujeres lesbianas

**Pregunta 1:** ¿Qué lugares de la ciudad le permiten sentirse bien y expresar libremente su condición?

**Figura 18 Grafico pregunta 1**

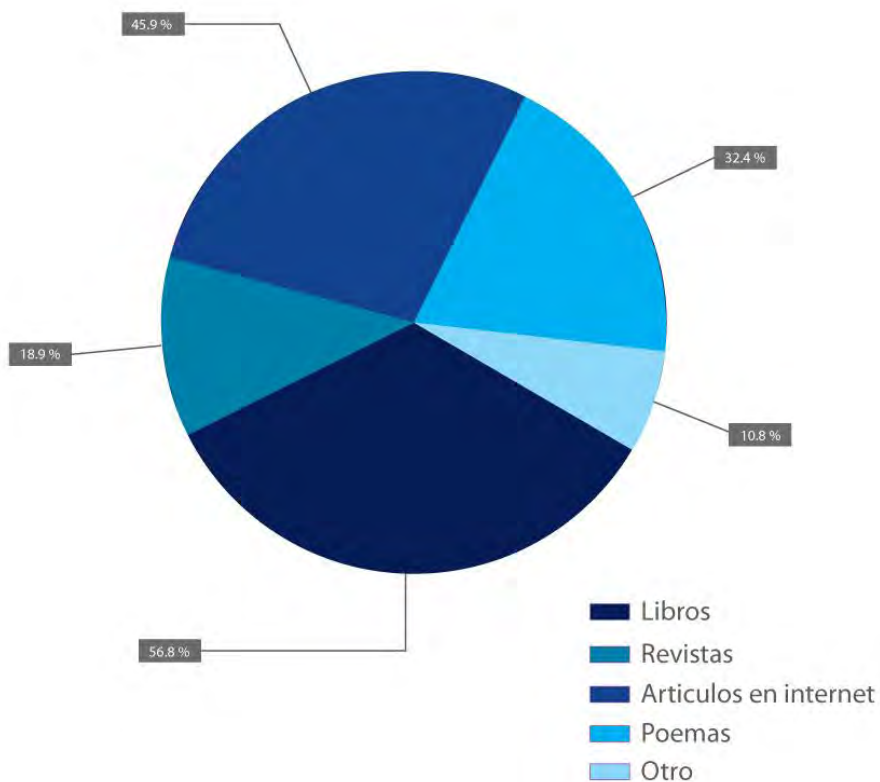


**Figura 19. Respuestas opción “Otro”:**

Cualquier lugar	Universidad del valle
Bares	Casa del arte
Casa de alguna amiga	Casa del arte
San Antonio	

**Pregunta 2:** ¿Qué tipo de publicación te gusta leer y te sientes identificada?

**Figura 20. Grafico pregunta 2**

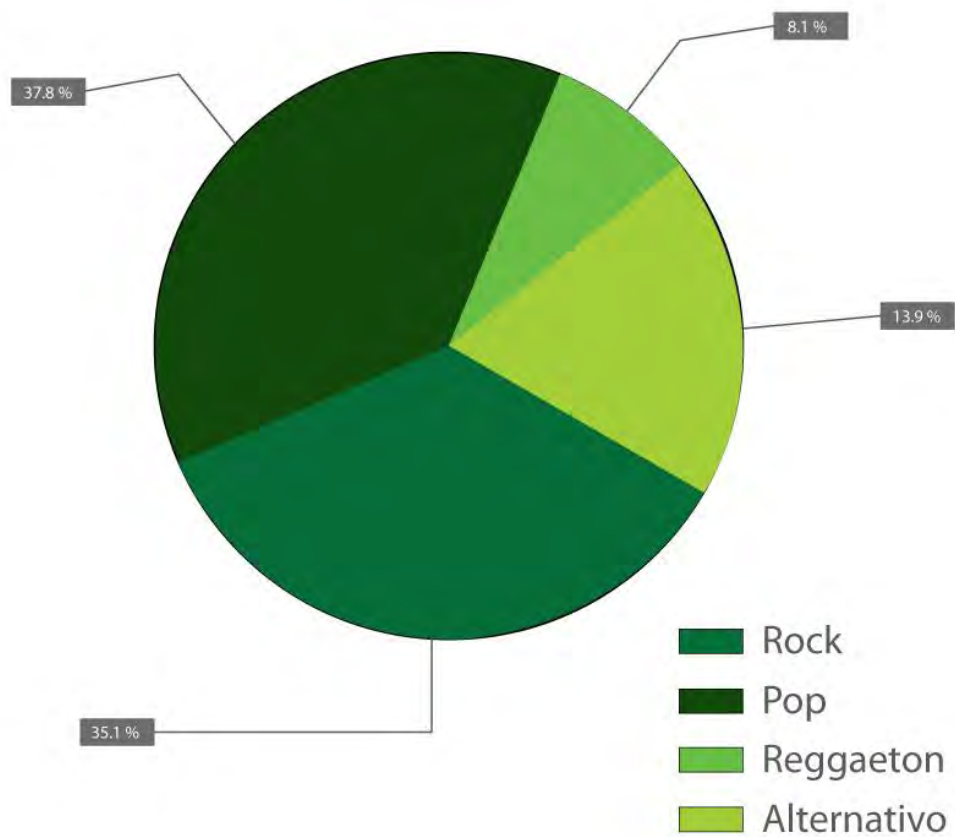


**Figura 21. Respuestas opción “Otro”:**



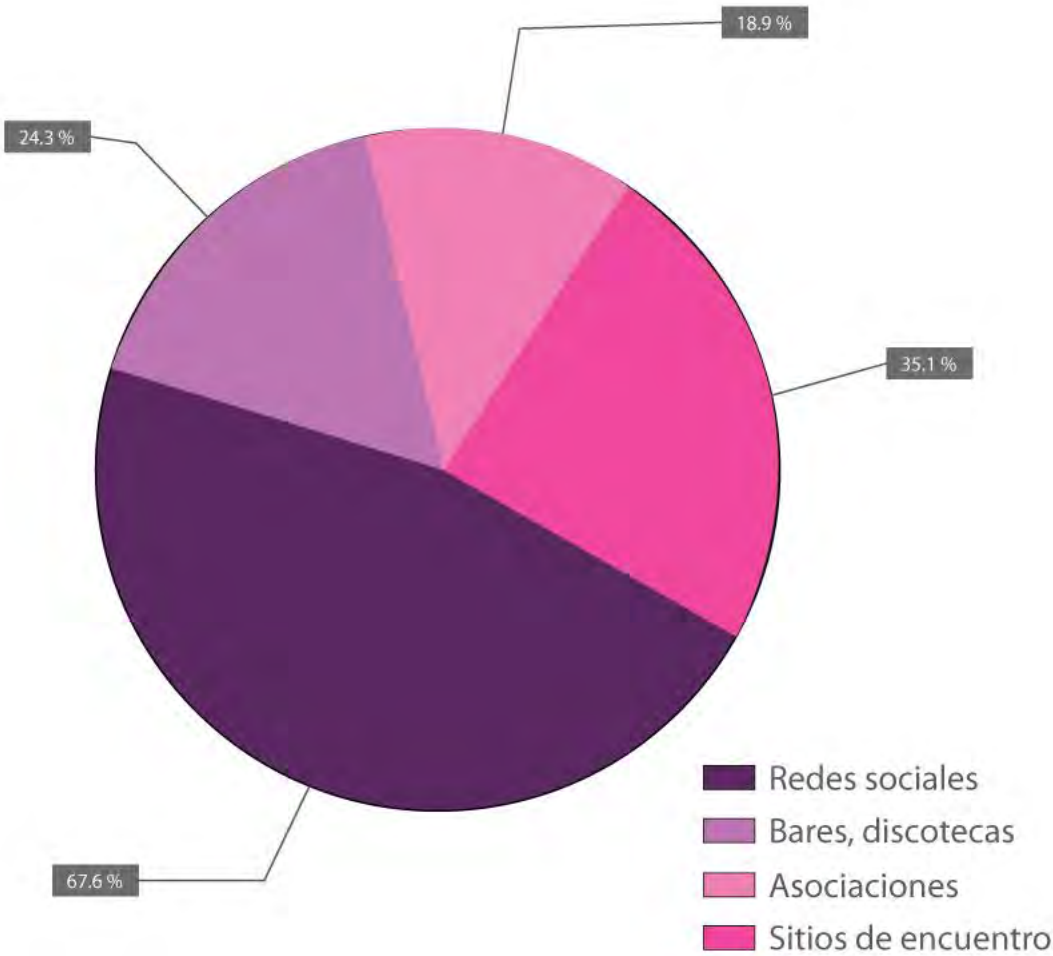
**Pregunta 3:** ¿Qué tipo de música escuchas?

**Figura 22. Grafico pregunta 3**



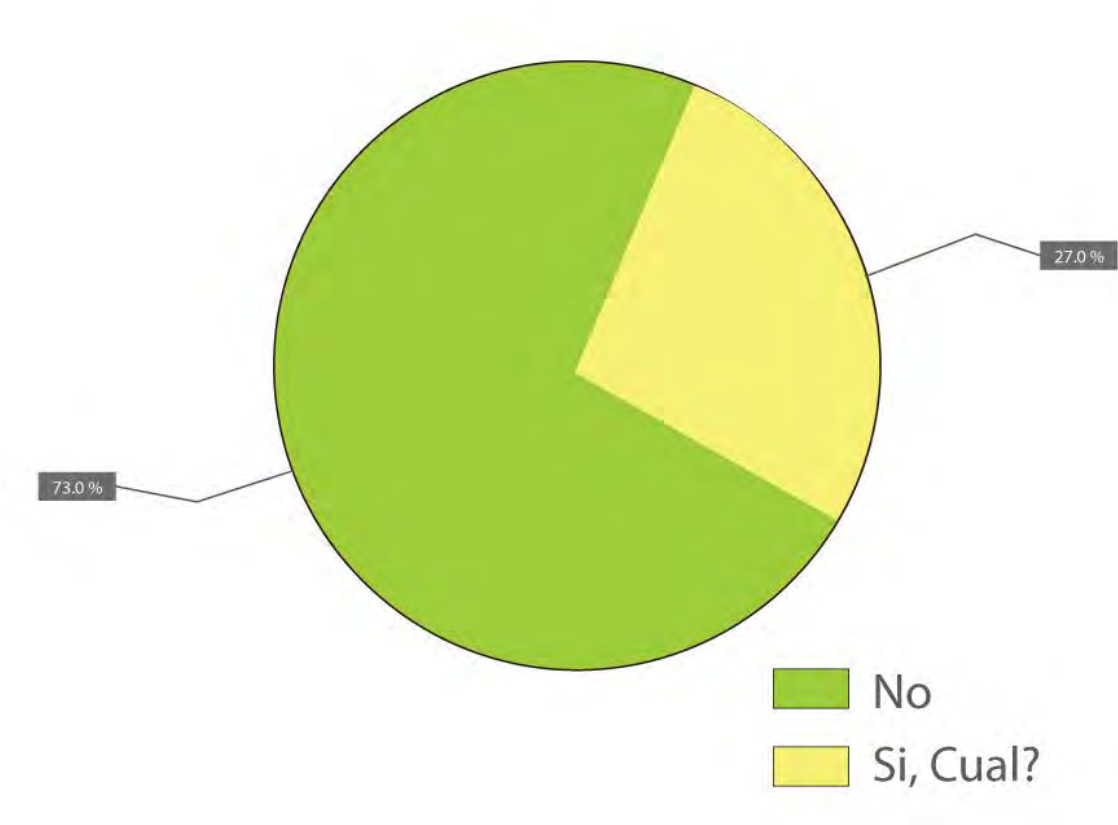
**Pregunta 4:** ¿Qué manera de socializar es la que más lleva a cabo?

**Figura 23. Grafico pregunta 4**



**Pregunta 5:** ¿Pertenece algún grupo o comunidad lésbica donde puedas expresarte libremente y en el cual compartas con otras chicas?

**Figura 24. Grafico pregunta 5**



**Figura 25. Respuestas opción “Si, ¿Cuál?”:**

Chaina	Friends de ambiente
Lesbianas solteras	Contra la homofobia
Vallunas LGTB	Les friends Cali
Fundacion Agora Cali	Colectivo de diversidades sexuales de Univalle

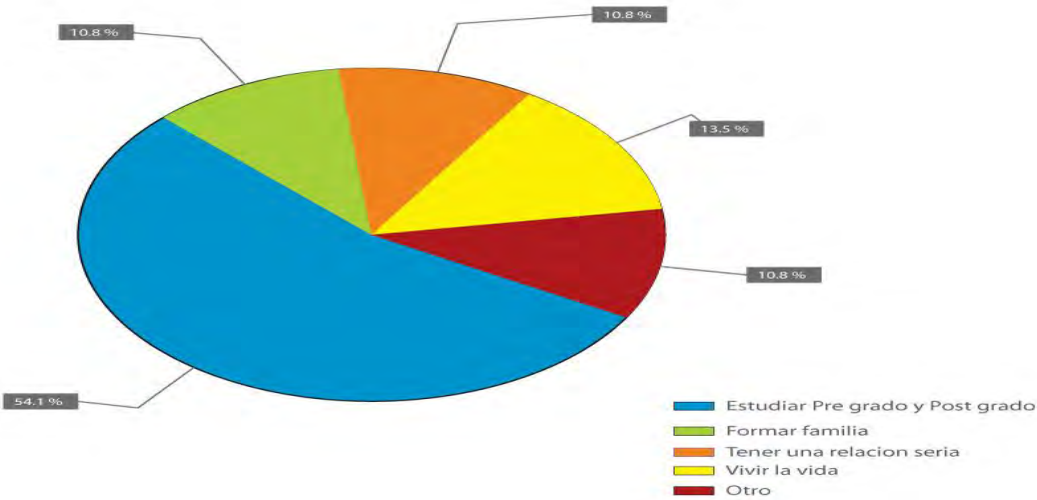
**Pregunta 6:** ¿Qué piensa de tener un producto comunicacional (revista, folletos, etc.) en el cual se pueda expresar de manera libre sus pensamientos y compartir experiencias con otras chicas?

**Figura 26. Respuestas destacadas pregunta 6**

Igualdad	Mente libre
Conocer manera de pensar de otras chicas	Interactuar
Rescatar valores del genero	Ayudarse entre si
Darse a conocer	Que eduque
Conocer experiencias	Luchar contra la discriminacion
Respeto de los derechos humanos	Identificacion
Forma de incluirse a la sociedad	

**Pregunta 7:** ¿Qué aspiraciones tiene en su vida?

**Figura 27. Grafico pregunta 7.**



**Figura 28. Respuestas opción “Otro”:**

Todas las anteriores	Hacer musica
----------------------	--------------

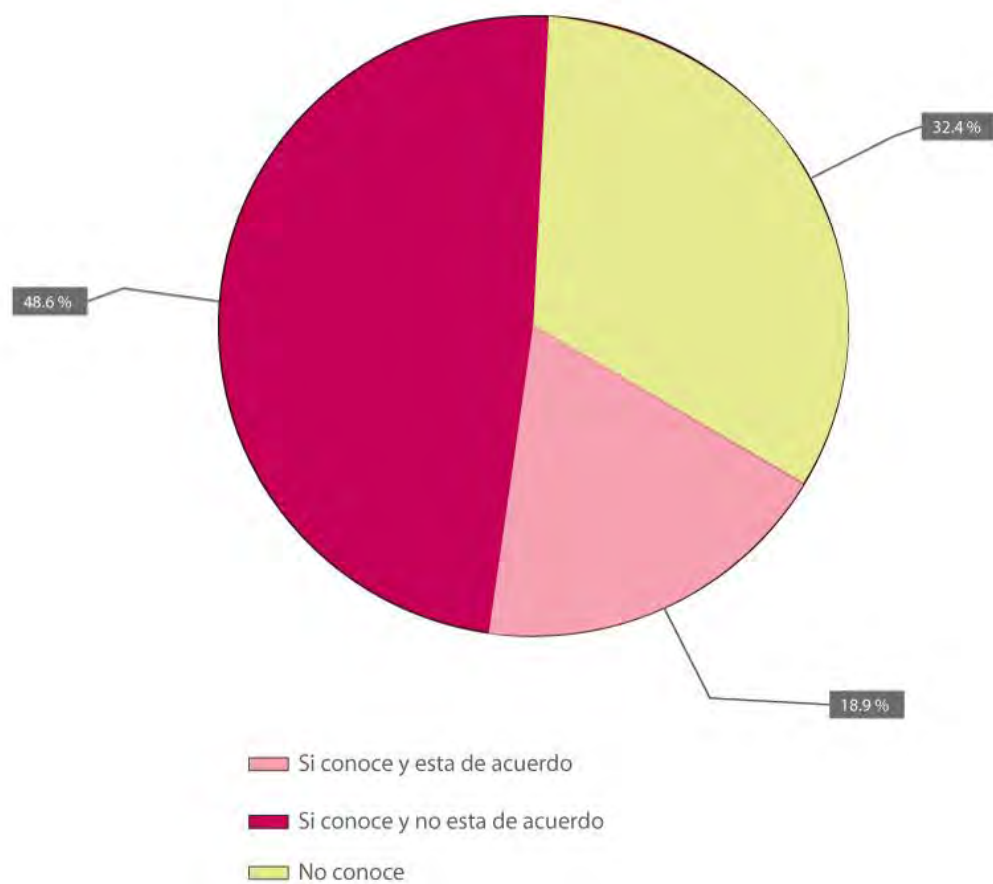
**Pregunta 8:** ¿Qué hace atractiva una mujer para usted?

**Figura 29. Respuestas pregunta 8**

Delicadeza	Ojos
Forma de ser	Sinceridad
Actitud	Respeto por la naturaleza
Boca	Cabello
Forma de ver la vida	Cultura
Como se expresa	Inteligencia
Senos	Feminidad
Temura	Color de piel
Manera de bailar	Elegancia

**Pregunta 9:** ¿Su familia conoce o está de acuerdo con su orientación sexual?

**Figura 30. Grafico pregunta 9**





**Pregunta 10:** ¿Qué elementos están de la sensualidad presente en una relación lésbica?

**Figura 31. Respuestas pregunta 10**

Sentimientos	Erotismo
Sensibilidad	Senos
Espalda	Temura
Pasion	Instinto
Contacto genital	Sensualidad
Sonidos	Movimientos
Caricias	Coqueteria
Picardia	

**4.2.18 Análisis encuesta.** Se realizó una encuesta a 150 jóvenes lesbianas entre los 16 y 24 años de la ciudad de Santiago de Cali, con el fin de evidenciar características de esta comunidad.

La atracción hacia otras mujeres no se trata de un descubrimiento de un día para otro, sino de un proceso de conocimiento. Este descubrimiento de la orientación lésbica puede darse en diferentes etapas de la vida. Puede ocurrir en la pre-adolescencia, en la adolescencia o en la edad adulta.

Durante este proceso de descubrimiento y conocimiento, se van viviendo experiencias y se van definiendo los gustos. Esto pasa en cualquier tipo de relación lésbica o no lésbica.

Es debido a eso, que se encontraron elementos que varían de acuerdo a la persona. Todos no somos iguales, cada persona y pareja es diferente y cada una tiene una manera de expresar la sensualidad y los elementos necesarios para una relación sexual.

En la pregunta 6, donde se busca saber la opinión respecto a tener un producto comunicacional como medio de expresión, la mayoría de respuestas de las mujeres encuestadas mostraban admiración por la idea de una revista e interés por que se lleve a cabo para mostrarle a la sociedad heterosexual que no son un tabú, además de querer demostrar que son personas normales, solo que sus gustos y preferencia sexual se dirigen al mismo género.

Igualmente a algunas se les pregunto en un tono más relajado sobre qué tipo de revista les gustaría tener, generando como las opciones más destacadas (moda y farándula, música y educación sexual). Las jóvenes reservadas también se dieron lugar en esta pregunta la cual plantean que lo que piensen, sientan o vivan no tiene por qué ser publicado en una revista.

En la pregunta 8, donde queremos averiguar que hace atractiva una mujer encontramos resultados muy interesantes.

Muchas responden elementos del físico (cuerpo sexy, rostro lindo), pero al final siempre aclaran que ese no es el más importante a la hora de fijarse en una mujer. La forma de vestir en tres casos, es algo que también llama la atención y va muy ligado a lo mencionado con el físico.

Resaltan la personalidad, manera de pensar e inteligencia, muchas buscan mujeres bonitas, pero en su interior, que tengan cultura, muestren seguridad y estén trabajando en su futuro. En cuanto a una relación, buscan dulzura, comprensión y tolerancia.

Buscan una mujer que actúe de una manera inteligente y que tenga **cosas en su cabeza** y no simplemente piense en tener amigos gay, salir a rumbas gay y estar en el ambiente gay. Solo una menciona el color de piel, algo que las demás no mencionan porque como se muestra anteriormente el físico no es importante, la actitud sí.

En la pregunta 10, donde queremos saber que elementos de la sensualidad están presentes en la relación, sobresalió la palabra sensibilidad. Esa capacidad de responder a estímulos, de percibir sensaciones, pero también, la tendencia natural de sentir emociones y sentimientos.

Otros elementos encontrados son la ternura, la pasión, la sensualidad, la coquetería, características principales de una mujer. Por otro lado, encontramos también la parte física, donde la espalda, los senos y el contacto genital fueron los más nombrados.

Igualmente se tiene en cuenta otras respuestas donde las jóvenes son muy reservadas y prefieren callar su pensar acerca de esta pregunta, comentando que es algo muy personal.

#### **4.2.19 Informe de salidas de campo**

**4.2.19.1 Salida de campo a la loma de la cruz.** El día viernes 7 de septiembre se hizo una salida de campo a la Loma de la Cruz, un lugar caracterizado por las artesanías, eventos culturales y por ser un punto de encuentro para la comunidad L.G.B.T.I, sobre todo los días viernes. Es un sitio donde se encuentran diferentes tipos de grupos de personas, como familias, grupos de amigos, jóvenes metaleros y punkeros.

A pesar de ser un lugar de encuentro y tener una zona específica dispuesta para la comunidad L.G.B.T.I, muchas confiesan sentirse discriminadas, debido a que a este lugar asisten otros grupos sociales los cuales no disimulan al dar señales que muestran el rechazo hacia ellas. Cuando se empezó aplicar la encuesta, la mayoría de estas jóvenes eran muy abiertas y confesaban lo que pensaban sin temor alguno y dicen que ese lugar les gusta, porque se sienten libres, confiadas, se divierten y conocen otras chicas.

En esta salida de campo al aplicar la encuesta dos jóvenes lesbianas con sus vestimentas varoniles sobresalieron por su capacidad de interactuar y dar su opinión sobre el producto comunicacional teniendo múltiples inquietudes mostrando interés por el resultado final del proyecto, afirmando que es una idea muy interesante comentando que sentían que era justo y necesario un producto para ellas donde se sientan incluidas y donde puedan compartir sus gustos y vivencias.

También se tiene en cuenta a Héctor Fabio Gómez director de la fundación Proyecto Quirón, por su ayuda con el objetivo de poder aplicar la encuesta, ha sido un proceso largo y dispendioso pues se necesita de muchas organizaciones y comunidades para llegarle más fácil a estas mujeres.

#### **4.2.19.2 Salida a Corporación Arte Diverso**

El arte y la cultura juegan un papel muy importante en el desarrollo integral de las comunidades ya que nos ayudan a crear nuevos parámetros educativos, alivian conflictos, promueven la coexistencia pacífica entre diferentes formas de pensar, estimulan la innovación, la creatividad y la diversidad; generan nuevas ideas, tecnologías y soluciones para todas las necesidades humanas. Desde hace 4 años, LA CORPORACION ARTE DIVERSO, viene desarrollando diferentes actividades, artísticas, culturales y lúdicas, en diferentes espacios, para el sector L.G.B.T.I y la comunidad en general, hemos demostrado profundo cuidado en la elaboración de su programación para que sea de alta calidad; que no solo divierta sino que además eduque y fomente en el público del sector – L.G.B.T.I - el gusto por las artes y la cultura.<sup>25</sup>

En esta salida se pudo entender muchos puntos que en el instrumento de investigación no se había tenido en cuenta, Alejandra Fernández integrante de esta corporación da su opinión sobre la encuesta y su compromiso por ayudar a encontrar jóvenes lesbianas para aplicarla, ella dice que no se debe tratar a las lesbianas como un objeto raro, además dice que son personas normales solo que decidieron amar a el mismo género, que sería muy interesante hacer una publicación para ellas.

Además de mostrar un gran interés para que el proyecto se lleve a cabo ella dice que tiene suficiente material que ha recogido durante su trayectoria en la corporación, (historias de vida, experiencias personales), además de todas las actividades culturales y didácticas, que podrían servir como contenido de la revista, en el cual da su opinión de ser más específicos con el tipo de revista, si será de educación sexual, deportes, farándula y moda, o simplemente integrar a todos estos. También comenta estar de acuerdo que la revista sea un instrumento de auto reconocimiento y conocimiento, que sirva en principio también para que todos los grupos, colectivos, fundaciones publiquen sus eventos y actividades, y

---

<sup>25</sup> Trayectoria de la Actividad Cultura – blog Fundación Arte Diverso - [en línea][consultado febrero de 2012]Disponible en Internet; <http://www.corporacionartediversocali.blogspot.com/?zx=701c83f7b10141b0>

esta sea una producto de información de todas las programaciones y sitios de encuentro no solo de lesbianas también de la comunidad L.G.B.T.I.

Aunque el objetivo de la corporación es que a futuro todos los que hacen parte de la comunidad L.G.B.T.I estén integrados con los heterosexuales, que se genere espacios de integración, respeto y aceptación, a pesar de que sería un buen paso para que otras personas puedan entender los gustos e historias de vida de las jóvenes lesbianas y la comunidad L.G.B.T.I por medio de este producto comunicacional sería mucho más interesante poder tener una revista incluyente e integradora (heteros y L.G.B.T.I).

### **4.3 MARCO CONCEPTUAL**

#### **4.3.1 Concepto de Revista**

**4.3.1.1 Mujer orgullosa de amar a una mujer.** Se quiere demostrar que a pesar de la falta de apoyo y entendimiento que tiene la comunidad lésbica de Cali por parte de la sociedad, todas deben estar orgullosas de lo que son. No hay necesidad de esconderse por miedo al qué dirán. Todas son mujeres y al serlo merecen ser respetadas. Todos tienen el derecho de tomar decisiones en su vida y las preferencias sexuales hacen parte de eso, por ende nadie tiene el derecho de juzgarlas.

Deben unirse como comunidad y luchar por sus derechos y perder el miedo al ser señaladas. Todas tienen la capacidad de salir adelante a desarrollar papeles para la sociedad, demostrando que pueden aportarle un gran valor, saliéndose del título “lesbianas” o resinificándolo.

La revista se caracteriza por tener artículos que van aportar al crecimiento de estas mujeres como lesbianas y como personas. Artículos de personas profesionales sobre temas de los que estas mujeres tienen dudas. Son artículos serios pero que manejan un lenguaje entendible para las edades del público objetivo (16 a 24 años).

Cada número de la revista se caracterizara por manejar temáticas en torno a un momento importante de la vida de una mujer lesbiana.

**4.3.2. Nombre de la revista.** Con este proyecto se busca ser un referente o ejemplo a seguir para la comunidad, siendo a la vez un medio de interacción, integración, reconocimiento y orgullo. Es por esto que para personificar el identificador y concepto de la pieza grafica se tuvo en cuenta los siguientes aspectos.

- Un nombre que represente el público objetivo.
- Un nombre femenino, latino de fácil pronunciación.
- Un nombre que marque diferencia a lo normalmente visto piezas editoriales dirigidas a esta comunidad.
- Un nombre que las destaque como mujeres y sus distintos valores.

Se empieza el proceso de búsqueda teniendo en cuenta los aspectos anteriores, y se llega a 3 posibles nombres (Juana, Eva y Nina). Se piensa el nombre Juana, por el icono histórico representativo de las mujeres Juana de Arco, una mujer heroína, guerrera y ejemplo de valor. Por otro lado, el nombre Eva, es de la primera mujer creada en la historia, según la biblia. Y por último Nina, un nombre común femenino y tierno que según su significado, representa a una mujer amable, comprensiva y perseverante.

Se escoge el nombre Juana por su significado y por un icono histórico como lo es Juana de Arco quien tiene más peso a comparación de las otras opciones.

- **Su significado:**

La llena de gracia.

- **Características:**

Es responsable, creativa, solidaria, activa y dinámica.<sup>26</sup>

**4.3.3. Juana.** Juana es una mujer en construcción, está en el proceso de reconocerse como lesbiana sintiéndose cómoda con lo que es y el camino que tomo. Una mujer que quiere derribar tabúes viendo el mundo desde su expresión sexual. No dice que es lo bueno ni lo malo, solamente valora las diferencias.

---

<sup>26</sup> Tu Parada – Significado de nombres – Significado de Juana – Disponible en Internet <http://www.tuparada.com/nombres/significado-del-nombre-juana/3148>

Es una mujer que gusta y admira a la mujer. Quiere ser respetada por lo que es demostrándole a la sociedad que es una persona común y que su preferencia sexual no influye en las capacidades que tenga como persona.

Es una mujer inteligente, trabajadora y que lucha por sus derechos. Alegre y apasionada. Cree en el amor y en que le espera un gran futuro al lado de una mujer con la cual formara un hogar estable.

#### **4.3.4 CONCEPTO PRIMER NÚMERO DE LA REVISTA**

**4.3.4.1 Salir del closet.** Definición: Es una de las frases o conceptos más utilizados en los últimos tiempos cuando se habla de homosexualidad en general y más concretamente de mostrarse al mundo como lo que realmente es: homosexual. Esta frase no sólo significa y define a aquellas personas que mantienen en secreto su opción sexual, sino que da a entender la reclusión y la soledad que muchas de estas personas viven, tanto a nivel conductual como emocional.

“Salir del armario” representa además un propio proceso de autodescubrimiento, de auto aceptación, y cómo no, de mostrar al mundo que todos podemos y debemos ser iguales.<sup>27</sup>

Salir del closet para estas mujeres es el proceso más importante porque se van a mostrar ante la sociedad, familiares y amigos por lo que son. Es el momento en que necesitan sentirse muy seguras y apoyadas. Es por esto que este primer número ofrece diferente información para reforzar la autoestima de esta mujer y darle seguridad para ese momento. Y a la vez, servir como apoyo y motivarla para que sepa que su orientación sexual no tiene nada de malo, brindando la información necesaria de peso para que se convenza de eso.

**4.3.5. Integración de la comunidad.** Uno de los objetivos del sistema de comunicación es conectar a toda la comunidad lésbica de 16 a 24 años de Santiago de Cali, queriendo formar una comunidad sólida y responsable que sepa lo que quiere logrando defender su pensamiento y estilo de vida.

---

<sup>27</sup> Curiosidades – Salir del Closet [en línea][consultado 28 de mayo de 2012]Disponible en Internet<http://www.lapatilla.com/site/2011/05/28/salir-del-closet/>

Por otro lado se quiere integrar a la mujer lesbiana a la sociedad como una persona activa, productiva y capaz de expresar sus propias ideas y conocimientos. Que puede desarrollar cualquier tipo de función en pro de la sociedad que la destaque como mujer inteligente sin ser discriminada como lesbiana.

**4.3.6. Identificación.** La identificación está vinculada a la identidad, que es el conjunto de los rasgos propios de un sujeto o de una comunidad. Los cuales caracterizan al individuo o al grupo frente a los demás.

La identidad social se define como el cumulo de representaciones compartidas que funcionan como matriz de significados, desde el cual se define y valore lo que somos y lo que no somos: conjunto de semejanzas y diferencias que limita la construcción simbólica de un nosotros frente a un ellos.<sup>28</sup>

La identidad colectiva constituye una dimensión colectiva de los actores sociales y de la acción colectiva, para su existencia requiere de una base real compartida (Una experiencia histórica y una base territorial común, unas condiciones de vida similares, una pertenencia a redes sociales); el compartir estos condicionamientos materiales, permite la elaboración de unas marcas o rasgos distintivos que definen la unidad reconocida por el colectivo como propia; por ello, la identidad es a la vez condicionada y condicionadora de la practica social.<sup>29</sup>

Los mensajes y la información presentada en la revista sirven de ayuda para que las jóvenes lectoras empiecen un proceso de aceptación y reconocimiento que su autoestima suba y sientan orgullo por lo que son. Se busca que cada una se conozca de tal manera que el grado de seguridad consigo mismas sea alto y puedan enfrentar los problemas de integración con la sociedad.

**4.3.7. Identidad de género.** La identidad de género de una persona es su sentido interno de ser hombre o mujer, chico o chica. El género se crea por la manera en que nuestro cerebro, mente y/o espíritu están “configurados,” y no por el cuerpo físico. La única persona que sabe de su género es ella misma. No hay indicaciones externas que prueben o refuten el género interno.

---

<sup>28</sup> Sociedad, identidades y violencia Tomo I – Identidades e identificaciones - Universidad Pontificia Bolivariana – Palmira - 2009

<sup>29</sup> Ibid,



La identidad de género está asociado con el neurodesarrollo del cerebro...se ha demostrado que no se puede modificar esta condición por medio de socialización contraria, ni por tratamientos psicológicos o psiquiátricos.

La Identidad de género no es educable, es decir el género no es aprendido por enseñanza de: tradicionalismo de nuestros padres, las leyes de una religión, el ineficiente tratamiento psiquiátrico, el estereotipo de la sociedad, etc., porque sencillamente es innato; y esa condición, es una decisión propia de la naturaleza.<sup>30</sup>

Leticia Sabsay menciona que la comunidad L.G.T.B.I, tienen el derecho a ser reconocidos de acuerdo al género con el que se identifican. Tener derecho a que identificarse con un género distinto del asignado al comienzo de la vida no se considere una patología. Ella menciona una ley que permita que las personas puedan poner en sus documentos de identidad el género con el que se identifican sin hablar de la apariencia física (mujer – hombre). Esta ley altera la propiedad del género como consecuencia natural del sexo y también se lograría despatologizar, descriminalizar y desmedicalizar la identificación de género cruzada o disidente.<sup>31</sup>

**4.3.8. Asequibilidad.** Este proyecto va en busca de ser un mediador de la información que no es de fácil acceso para la comunidad, por medio del sistema de comunicación gráfica logre ser la fuente de contenidos serios, de interés y de gran importancia en el público objetivo que aporten al crecimiento personal de cada una.

**4.3.9. Incluyente.** Aunque de ser una revista dirigida a jóvenes lesbianas, también se mostraran artículos de interés para las mujeres en general, ya que la revista tiene un compromiso social que tiene que ver con los derechos de la mujer, el respeto hacia ella y la prevención de enfermedades como el cáncer, sida entre otros.

---

<sup>30</sup> DR. DIAMOND Milton - Sexólogo y Psicólogo - Silueta X.com - jóvenes trans femeninas, masculinos e intersex uniendo a los LGTBI - Hawái - Manoa [en línea][consultado febrero de 2012]Disponible en internet: <http://www.siluetax.com/identidadgenero.html>

<sup>31</sup> SABSAY Leticia - Clarín Opinión – Cuerpos por fin libres y viviendo en igualdad – 2011 [en línea][consultado febrero de 2012]Disponible en internet: [http://www.clarin.com/opinion/Cuerpos-fin-libres-viviendo-igualdad\\_0\\_616738381.html](http://www.clarin.com/opinion/Cuerpos-fin-libres-viviendo-igualdad_0_616738381.html)

**4.3.10. Interacción social.** Se refiere a la capacidad de interactuar y establecer relaciones de confianza y afecto con adultos y pares, compartiendo, participando y colaborando en actividades grupales.<sup>32</sup> Como parte del sistema de comunicación se encuentra el desarrollo de una comunidad en redes sociales donde el público objetivo será parte de un proceso de retroalimentación, brindando información de interés para la comunidad.

**Cuadro 3. Sistema Gráfico Visual**

<b>ETAPA DE CONCEPTUALIZACIÓN (<i>INSTANCIA CREATIVA</i>)</b>		
<b>Conceptos Esenciales</b>	<b>Conceptos Conexos</b>	
<b>Formas</b>	<b>Materiales</b>	Estructura: Portada falsa, portada y contraportada. Páginas internas Formato: Tamaño tabloide abierto, y carta cerrado en pixeles 1224 PX x 792PX, orientación horizontal. El tamaño carta permite el uso adecuado de imágenes, de cajas de texto, representaciones gráficas y espacios en blanco.
	<b>Gráficas</b> <b>Descripción de ubicación</b>	Geométricas: el triángulo utilizado en el símbolo del logo y en la paginación, rectángulos blancos usados en el artículo un día otra mujer, el rectángulo negro del mensaje sobre prevención del cáncer de seno, el rectángulo con línea discontinua en el artículo asumir la sexualidad es bueno para la salud, los rectángulos azules usados en el artículo principal, una franja roja rectangular utilizada en la sección

<sup>32</sup> Universidad católica de Uruguay. Núcleo convivencia – Mapa interacción social – Definición interacción. Disponible en Internet.

Cuadro 3 (continuación)

		<p>de ilustración, línea diagonal rosa y negra, los recuadros de los subtítulos y el rectángulo violeta del artículo de educación sexual, las franjas horizontales de las páginas de la sección de poemas, círculos utilizados en la pauta de Arauna, los recuadros utilizados en la sección sabias que, los rectángulos horizontales y verticales de la sección actualízate, e, triángulo verde y el rectángulo amarillo utilizado en la sección de historia de vida, las franjas que se usan en el mensaje creado por Angelina Jolie.</p> <p>Las respectivas fotografías utilizadas en cada artículo y otras secciones.</p>
<b>Técnicas Visuales</b>	<b>Contextuales (Tipo lectura)</b>	<p>Equilibrio: Esta dispuesto en la retícula modular que contiene 4 módulos donde se hace la implantación de información.</p> <p>Simetría: la retícula modular de cuatro módulos tienen la misma medida a ambos lados del eje axial</p> <p>Regularidad: Cada artículo se compone de un título, un autor, una representación gráfica que generan regularidad dentro del desarrollo de la revista.</p>
	<b>Puntuales (Tipo visión)</b>	<p>Variación: esta dispuesta en la retícula modular de 5 módulos donde mensajes, pauta publicitaria y algunos artículos están diseñados con esta retícula.</p> <p>Asimetría: el diseño sin retícula dispuesto en el contenido, y en la sección actualízate</p> <p>Acento: el uso del fondo negro en el artículo 10 cosas que debes saber sobre la vagina enfocada a</p>

Cuadro 3 (continuación)

			un mensaje de carácter social, el uso del fondo color verde del artículo principal.
<b>Componente conceptual</b>	<b>Composición</b>	<b>Implantación de información</b>	<p>Macro estructuras:</p> <p>Cubierta: En la portada falsa se ubica una representación gráfica donde muestra como fondo una hoja de cuaderno encima un labial, un marcador, una cadena, un brazalete y por ultimo una caja de sombra y su aplicador</p> <p>En la portada principal se ubica el nombre de la revista JUANA, , una imagen de fondo y la contraportada se compone por un mensaje de carácter social</p> <p>Página internas: página del contenido donde muestra por medio de ilustraciones de ropa los contenidos de la revista cada artículo inicia con su respectivo título, además contenido y representaciones gráficas, los mensajes y publicidades estarán ubicados al terminar un artículo y al empezar el otro, las otras secciones son arte que estará ubicada después del artículo principal y poemas, actualízate y sabias que serán la ultimas secciones de la revista.</p>
			<p>Retículas diagramáticas</p> <p>Retícula diagramática modular (4 módulos) eje x</p> <p>Asignada a el artículo “10 cosas que no sabes de la vagina” la biblia también es nuestra historia”, ultima página del artículo “la educación sexual” el artículo principal “Saliendo del closet”, “un día otra mujer” ; a la historia de vida “cómo presentar a tu novia”.</p> <p>Retícula diagramática modular (5</p>

Cuadro 3 (continuación)

			<p>módulos) eje x</p> <p>Asignada al estudio científico “es bueno para la salud asumir la homosexualidad”, en los artículos “educación sexual (las dos primeras páginas)”, en la sección de poemas, mensajes, sabias que.</p> <p>Diseño sin retícula</p> <p>Asignado a la sección de actualízate, pauta publicitaria, la página de contenidos y sección de arte.</p>
			<p>Unidades contextuales iniciales</p> <p>Página e créditos: Sin retícula</p>
			<p>Unidades contextuales finales</p> <p>Sección poemas: Contiene una retícula modular de 5 módulos eje X, y 7 módulos eje Y, título ubicado en el lado izquierdo alineado a la izquierda, ocupa 4 módulos en los dos ejes, el contenido se ubica quinta columna de módulos y ocupa tres módulos en el eje Y dos módulos en el eje X, la siguiente parte del contenido se ubica en la tercera columna de módulos eje Y y la cuarta fila eje X y ocupa 2 módulos eje X y 5 eje Y; el otro poema tiene el título ubicado en cuarto módulo de la retícula modular de 5, está alineado a la derecha, el contenido está centrado, se ubica desde el segundo hasta el cuarto módulo eje X y el segundo hasta el sexto módulo eje Y.</p> <p>Sección sabia que: título ubicado a la izquierda, alineado a la izquierda y ubicado en la cuarta columna de módulos eje Y y en la primera fila de izquierda derecha,</p>

Cuadro 3 (continuación)

			<p>el título ocupa los 2 primeros módulos del lado izquierdo, el contenido ocupa 3 módulos de derecha izquierda, y 6 módulos de arriba hacia abajo.</p>
			<p>Unidades de desarrollo temático Aquí se darán ejemplos de como se aplica la retícula en 2 artículos.</p> <p>Retícula modular (4 x 6 módulos)</p> <p>Artículo “Un día otra mujer”</p> <p>El título alineado a la izquierda y ubicado en la izquierda ocupa los 3 primeros módulos en el eje X de izquierda derecha y los 2 primeros módulos del eje Y de arriba hacia abajo, los créditos ubicado en el cuarto módulo del eje Y y el primero del eje X, ocupa un módulo, el contenido dividido por dos bloques de módulos el primer bloque se ubica en tercer módulo eje X y el eje Y, ocupa 6 módulos, en la siguiente página, la imagen se ubica en la parte superior ocupando 12 módulos, el contenido ubicado en la cuarta columna de módulos en el eje Y, y la primera fila del eje X seis módulos, el segundo ocupa 4 módulos al lado del primer bloque.</p> <p>En la siguiente página se dividen dos bloques de módulos en el eje Y donde el primer módulo tiene, contenido que ocupa 6 módulos, dos en el eje X y 3 en el Y, los otros 6 módulos los ocupa una imagen, en el otro bloque, en</p>

Cuadro 3 (continuación)

			<p>cuarto módulos se ubica el contenido, y los siguientes 4 módulos de arriba hacia abajo los ocupa subtítulo, en la última página la información se organiza en dos bloques de módulos, el subtítulo ubicado en el primer módulo en los dos ejes, el primer bloque del lado izquierdo ocupa 10 módulos empezando desde la segunda columna en el eje Y, lo mismo pasa con el otro bloque del lado derecho solo que este termina en la penúltima columna del eje Y.</p> <p>Artículo “Saliendo del closet”</p> <p>El artículo principal consta de dos páginas pero su información es una de las más puntuales, de toda la revista, el título centrado ubicado en la página izquierda que ocupa los módulos del interior y parte de los módulos exteriores, la otra parte del título empieza en el último módulo en el eje X de la segunda columna y termina en el penúltimo módulo en la siguiente página, el contenido tiene un párrafo ubicado en la última fila de la primera página y ocupa dos módulos, el tercero y el cuarto, en la siguiente la información se ubica en dos bloques que empiezan en la tercera columna de arriba hacia abajo cada uno ocupa 8 módulos la imagen ocupa las dos páginas convirtiéndose en el fondo de la imagen sobre todo en la página derecha.</p> <p>Retícula modular (5 x 7 módulos)</p>
--	--	--	--

Cuadro 3 (continuación)

			<p>El estudio científico de la BBC “Es bueno para la salud asumir públicamente la sexualidad”</p> <p>El título ubica en 3 líneas columnas y 9 filas de módulos ocupando 18 módulos, en la primera línea ocupa 4 módulos de la página izquierda que empiezan en la segunda columna y la segunda fila hasta terminar la página en el eje X, la segunda línea empieza en la tercer columna y la cuarta fila, hasta terminar la página derecha en el eje x, en la tercer línea empieza y termina igual que la anterior.</p> <p>Las imágenes, la primera imagen se ubica en la página izquierda en el lado izquierdo desde la tercera columna hasta la última y la primera fila hasta la tercera ocupando 15 módulos, las otras 2 imágenes se ubican en la página derecha, en la dos primeras columnas y ocupa los 10 primeros módulos en el eje Y.</p> <p>Los cuerpos de texto se ubican en la quinta columna hasta la última y cuarta fila de la página izquierda hasta terminar la página derecha, la información se organizó en tres bloques dos de ellos de cuatro módulos y el otro de seis, y un destacado que se ubica en la quinta columna desde la cuarta fila de la página derecha hasta la penúltima de la página derecha.</p>
		<b>Construcción De códigos</b>	<p>Código tipográfico: Concepto:</p>



Cuadro 3 (continuación)

			<p>El código utilizado connota acento y contemporaneidad a pesar de ser una revista para jóvenes se necesita que la lecturabilidad y legibilidad estuviera presente, por eso la composición grafica juega papel importante en agregarle dinamismo y jerarquía sobre todo a los títulos.</p> <p>Se utilizan 2 fuentes tipográficas: Big noodle tiling es una fuente sans serif, de trazo uniforme y grosor medio; la Geosans light, sin serif, trazo uniforme y grosor ligero. Esta dos fuente se caracterizan por modernidad y limpieza, no tienen adornos que dificulten la lecturabilidad, para los títulos se utiliza la Big noodle tiling y para los bloques de textos se utiliza la Geosans light.</p> <p>Código cromático: Concepto: El código utilizado connota dinamismo, vitalidad además de ser los colores que representan la comunidad L.G.T.B.I Instrucciones: Se utiliza un esquema cromático donde tiene presencia colores fríos como el azul, colores frescos como el verde, colores cálidos como el naranja, amarillo y rojo, y otros como el violeta, la gama de colores neutrales como el blanco y el negro y escala de grises también hace presencia sobre todo en la tipografía. El color de la tipografía de títulos artículo es muy variado, el color verde, magenta, blanco, negro,</p>
--	--	--	---

Cuadro 3 (continuación)

			<p>naranja y café, en la de cuerpos de textos está el negro en un 90%, el magenta, el verde, el blanco.</p> <p>Fondos</p> <p>Los fondos de los artículos contienen como mínimo un color como por ejemplo el artículo “La biblia también es nuestra historia” que contiene el verde, otros que pueden contener entre dos o tres colores y sus tonalidades como por ejemplo el artículo “ un día otra mujer” que contiene el beige, magenta, blanco; en el artículo “ la educación sexual” se utiliza los colores magenta y beige; en el estudio científico de la BBC” se utilizan los colores de la bandera L.G.T.B.I con la técnica de pincel; en el artículo de “Las 10 cosas que no sabes de la vagina” contiene como fondo un degradado de negro al 100 % a un negro al 70% y además tiene una franja color magenta y el artículo principal es el que más colores contiene, tiene como fondo una ilustración donde se utiliza el color verde, café en tres tonalidades, color beige en cuatro tonalidades, el rosa en tres tonalidades, el rojo en 4 tonalidades, el negro 3 tonalidades, el magenta y el azul.</p> <p>En otras secciones como poemas, sabias que, se utiliza el color con la técnica pincel que deja ver diferentes tonalidades en este caso del magenta, beige. En la sección actualízate esta presenta la misma técnica solo</p>
--	--	--	--

			<p>que se utiliza variedad de colores como el verde, rosa, naranja, azul y violeta.</p> <p>En la pauta publicitaria Tinto verde se utiliza el fondo negro Creatónica en fondo verde con elementos de color magenta, violeta, azul, amarillo, café y negro.</p> <p>Clownaman con un fondo basado en secuencias de círculos de color rojo , violeta, amarillo, verde, cian y naranja.</p> <p>Arauna Con un fondo de colores violeta, naranja, azul, verde, magenta.</p>
			<p>Apariencia visual inicial (Expresión): La revista es de tamaño carta, orientación vertical, su portada falsa contiene una representación gráfica y un mensaje, la portada principal contiene el nombre de la revista “JUANA”. En las páginas interiores se desarrolla la información en unos casos a dos columnas formadas por módulos en otros casos solo una columna, cada artículo contiene un diseño diferente pero sus títulos siempre ubicados de manera que se genera jerarquía por la morfología de la tipografía y su puntaje, acompañados también de fotografía o ilustraciones y sus respectivo cuerpo de texto. Su presentación y organización de los contenidos entre artículo y mensajes o pauta es con el objetivo de generar un ritmo en la composición en general de la revista, la parte más ligera de la revista se encuentra en la última parte donde están las secciones de poemas, sabias que y actualízate.</p>

#### **4.3.11. Estrategias de difusión**

**4.3.11.1 Creación de una comunidad en redes sociales y comunidad L.G.B.T.I.** Se crea una comunidad en las páginas de Facebook, Twitter y L contactos (Página de comunidad lésbica en Colombia), para reunir a muchas integrantes de la comunidad lésbica de Cali y hacer una campaña de expectativa.

Ese grupo servirá para publicar contenido de interés y calidad relacionados con los artículos de la revista que ayuden a enganchar a las lectoras y motivarlas a descargar la revista.

También se harán actividades para que las mujeres pertenezcan a la revista como concursos de poesía, historias o dibujos, para que todos esos elementos sean parte del producto comunicacional.

**4.3.11.2 Estrategias de comunicación.** Se realizara el desarrollo de una estrategia de comunicación digital como recurso interactivo para la difusión y transmisión de conocimiento a través de una plataforma digital, desarrollando un plan estructurado de activación y participación en las redes sociales.

Como elemento principal de la estrategia se elaboraran e implementaran mecanismos de comunicación para potenciar los valores y logros de la organización. Fomentando a la vez una imagen positiva de responsabilidad y sobretodo de compromiso social.

Por otro lado, se difundirá información para compartir experiencias promoviendo también debates locales sobre distintos temas de interés por medio de publicaciones en las redes sociales o encuentros presenciales. También, se publicaran presentaciones como seminarios web, foros de discusión, películas, temas de la actualidad, etc.

**4.3.11.3 Lanzamiento de la revista.** Se utilizará material P.O.P el cual se caracterizara por ser un brochure plegable de un closet ilustrado que al abrirlo tendrá mensajes de carácter social enfocados a los derechos que merece y tiene esta comunidad, firmados con el nombre *Juana*.

Los sitios donde se entregara dicho material serán la Loma de la cruz, foros o sitios que congreguen a la comunidad L.GT.B.I. Y en especial la comunidad lesbica de Santiago de Cali entre los 16 a 24 años, comunicándoles que Juana es para ellas.

El lanzamiento de la revista se realizará con el apoyo de fundaciones de la comunidad como Arte Diverso y Proyecto Quirón, utilizando uno de los auditorios de la secretaria de cultura de Santiago de Cali que será colaborador del evento.

En dicho evento se comunicara la razón social de este proyecto, metas y objetivos, mostrando el primer número de la revista abriendo a la vez un espacio de comentarios y preguntas que muestre las críticas del proyecto.

A la secretaria de cultura, líderes de la comunidad, psicólogos y sociólogos y demás profesionales que tienen que ver con la comunidad se les hará llegar una invitación formal del lanzamiento.

**4.3.11.4 Creación de comunidad.** Por medio del material P.O.P y publicidad en redes sociales o lugares donde asistan las integrantes de esta comunidad, se espera que las personas que tengan la posibilidad de recibir la información se unan a la comunidad y asistan al lanzamiento.

Al unirse a la comunidad, la página lanzara información de interés para las lectoras las cuales deberán compartirla o mencionarla al menos a 5 contactos (jóvenes lesbianas) de su página de Facebook o en el caso de twitter, retwitear la información enlazando a 5 contactos (jóvenes lesbianas). Si cumplen este objetivo, cada persona que realice la actividad podrá adquirir descuentos en las marcas de ropa que pautan en la revista, enviando un mensaje por Facebook mencionando los contactos que ya unieron a la comunidad para realizar la respectiva confirmación y poder enviarle un bono que puede imprimir y entregar en el almacén correspondiente.

#### 4.3.11.5 Plan de medios

- **Redes sociales:** se utilizarán Facebook y Twitter.
- **Pagina web:** se desarrollara un portal donde se podrá descargar la revista, ver los artículos y temas del momento, adquirir información sobre Juana y estar en contacto con demás mujeres y con los administradores.

Con un presupuesto de 20'000.000 de pesos (Veinte millones de pesos) se incluye el diseño e impresión de material P.O.P, las invitaciones, la contratación de un diseñador web y community mánager como también toda la logística del evento de lanzamiento.

El diseñador web tiene un espacio de dos meses para desarrollar la página y montarla a la web.

El community mánager tendrá las siguientes labores:

- Publicar 5 enlaces de interés por día que tengan un aproximando de 30 **me gusta** y 50 comentarios ya que los enlaces en su mayoría irán en busca de la opinión de las seguidoras. Los enlaces se publicaran cada dos horas dejando un espacio de tiempo considerable para obtener gran cantidad de opiniones de parte de las usuarias.
- Contestar dudas e inquietudes de los contactos

#### 4.3.11.6 Objetivos de acogida y seguidores

En el primer mes se espera:

- Tener un aproximado de 500 seguidores en la página de Facebook y Twitter.
- Tener 400 visitas al portal.
- 200 descargas del primer número de la revista Juana.
- Haber entregado 100 bonos promocionales.

#### 4.3.11.7 Objetivos de retorno y la inversión ROI

- La asistencia de 60 a 70 personas al lanzamiento que brinden su opinión sobre el producto y el proyecto en general.
- Se espera que 30 personas hagan efectivo su bono de descuento en las diferentes tiendas que pautan en la revista. Gracias a esto, mantener las empresas pautando en Juana por garantizarles ganancias.

Figura 32. Página de Facebook JUANA



Figura 33. Página de Twitter JUANA

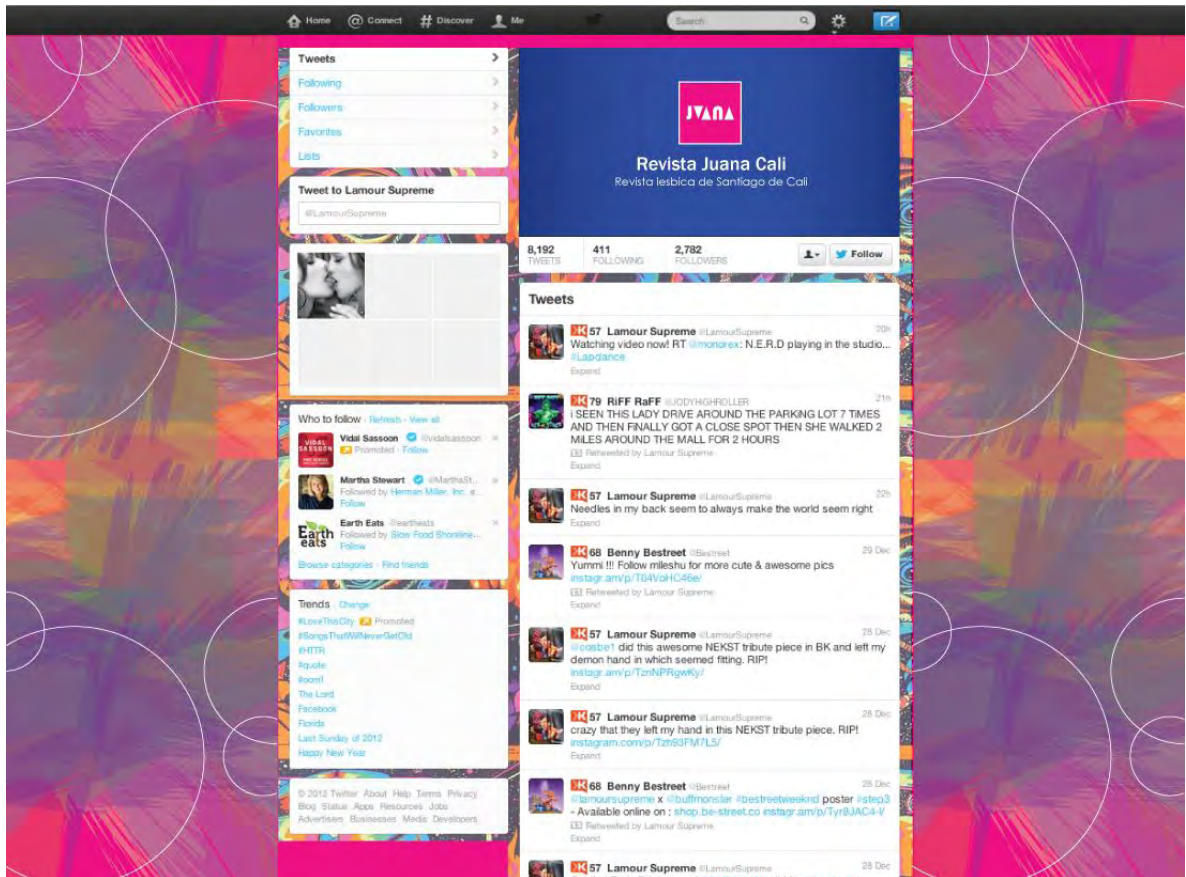




Figura 34. Portal de la revista JUANA



Figura 35. Visualización de los artículos



Figura 36. Visualización de los artículos





Figura 37. Visualización de opción de descarga



Figura 38. Visualización revista virtual JUANA



## 5. DESARROLLO E-MAGAZINE

### 5.1 PROCESO DE BOCETACIÓN

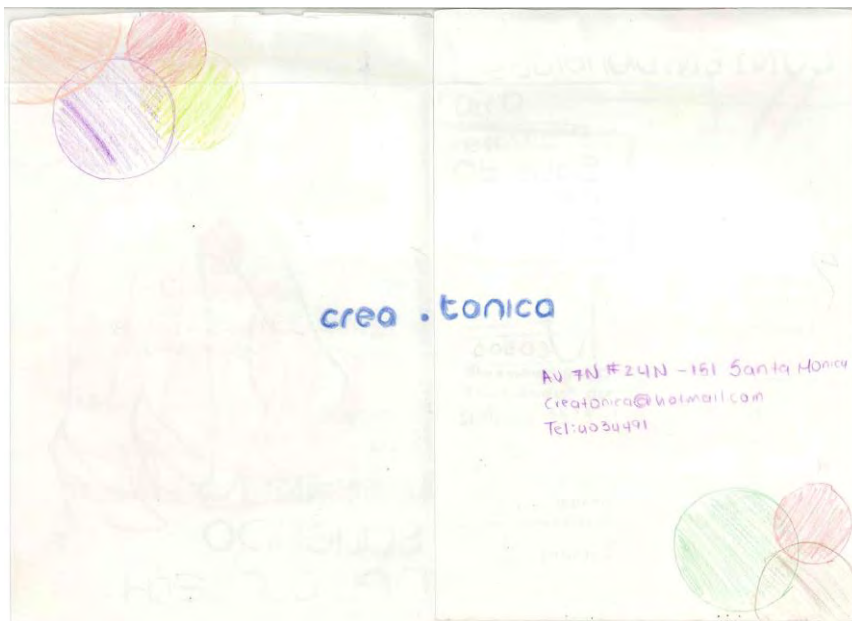
Esta fue la primera etapa de desarrollo gráfico. Esta es la primera aproximación de lo que se quería realizar en la revista teniendo en cuenta los conceptos, yendo a la mano con el proceso de estructuración y jerarquización del contenido de la revista.

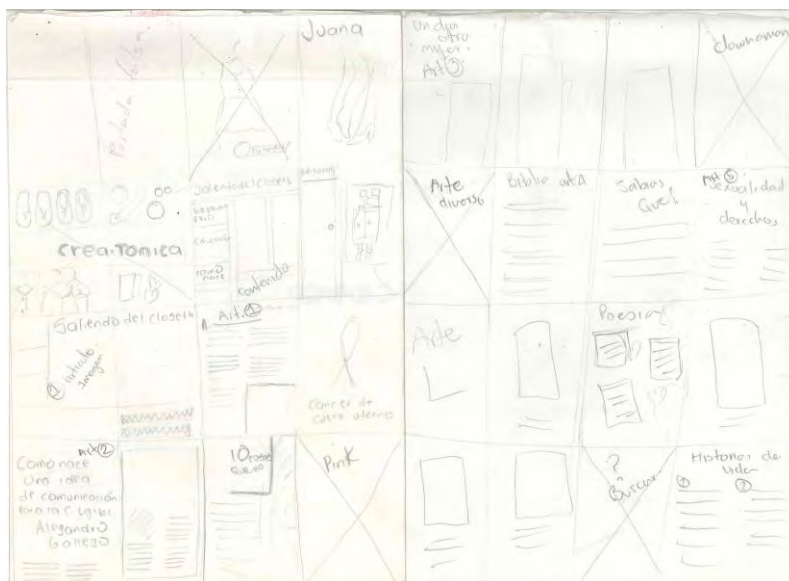
La primera imagen muestra el tipo de mensaje que se quería manejar en la portada falsa. Mostrándolo como una nota hecha a mano. Por otro lado vemos la representación de la portada principal y la publicidad de *clownaman*.

**Figura 39. Proceso de bocetación**



El contenido quería mostrarse con elementos femeninos uniéndolo con un artículo, pero después de indagar varias opciones llegamos a la conclusión de unirlo con el concepto del primer número de la revista “salir del closet”.





Por último se muestra la primera organización planteada de la estructura de la revista la cual nos ayudó a poner estratégicamente los artículos, publicidades y demás elementos para que la lectura no fuera monótona.

## 5.2 BOCETO ANÁLOGO JUANA

Figura 40. Boceto Análogo Juana



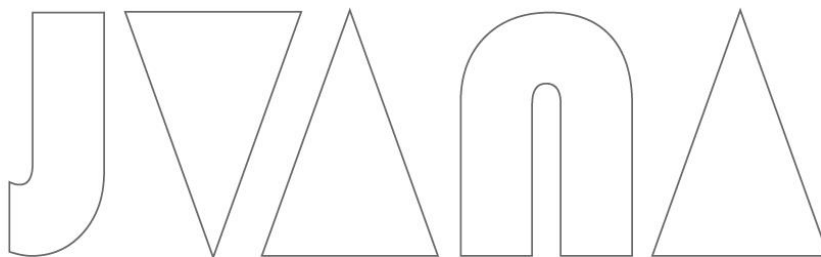


## 5.4 MARCA GRÁFICA

- FULL COLOR



- LÍNEAS



- GRISES



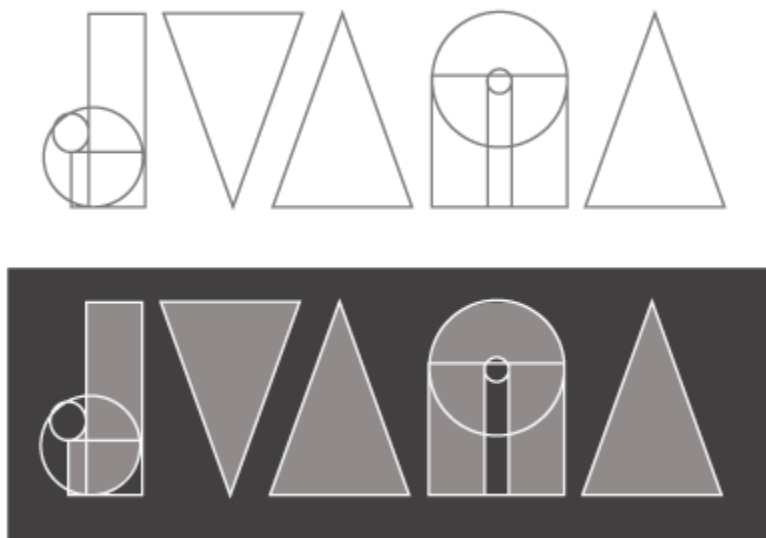
- INVERTIDO



#### 5.4. ÁREA DE LIMPIEZA



## 5.5. MÓDULO DE CONSTRUCCIÓN



## 5.6 SÍMBOLO



**Triángulo rosa.** Uno de los símbolos más antiguos es el Triángulo rosa, el cual fue originalmente utilizado en los campos de concentración Nazi para identificar a aquellos hombres "acusados" por su naturaleza homosexual. Aquellos que fuesen judíos y homosexuales (considerados el peor nivel de prisioneros) al mismo tiempo debían llevar un triángulo rosa con otro color amarillo superpuesto. En ambos casos, debían usar esta insignia sobre su pecho, cosido en su ropa. Se estima que cerca de 220.000 gais y lesbianas murieron junto a los seis millones de judíos que los Nazis exterminaron en sus campos de la muerte durante la Segunda Guerra Mundial, como parte de la denominada "solución final" de Hitler.

Por esta razón, a partir de 1970 el triángulo rosa se utilizó tanto como un símbolo para recordar las atrocidades sufridas por la comunidad homosexual durante la persecución Nazi, como para representar la unión del movimiento homosexual. El efecto de este símbolo sirve también como freno para personas homofóbicas quienes al encontrarse frente a este símbolo en caso de difamación, persecución o limitación de derechos a personas L.G.B.T.I, evitarán asociar su proceder con lo que el régimen nazi representa para la sociedad actual.

Los Nazis reunían a "mujeres indeseables" o "antisociales" incluyendo a las lesbianas, con un triángulo negro invertido. Algunas lesbianas hoy en día utilizan este símbolo como representación de aquella masacre, al igual que los hombres homosexuales lo hacen con el triángulo rosa.<sup>33</sup>

Se integro el símbolo con la tipografía, convirtiéndolo en una letra completamente legible por su estructura geométrica asociada a la letra U y letra A del abecedario. Permitiendo crear una marca que tenga elementos relacionados e identificadores para la comunidad.

## 5.7 TIPOGRAFÍA

### Bauhaus 93

a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
! @ # \$ % ^ & \* ( ) \_ +  
{ } " | ? > < . . ' \ ] [ = -

---

<sup>33</sup> Pagina web lésbica - Signos Lésbicos – [ en línea][consultado mayo de 2012]Disponible en internet: <http://muestrameelamor.blogspot.com/2012/02/el-triangulo-rosa.html>

Esta tipografía está compuesta de formas geométricas, es simple y legible. El grosor de los caracteres facilita generar contraste y fuerza con la ayuda del color al estar expuesto a cualquier fondo. Al ser de la familia tipográfica geométricas, hace un buen equilibrio con el símbolo del triángulo, generando una unidad que permitirá la buena legibilidad del nombre.

## 5.8 COLOR



Teniendo en cuenta la psicología del color, el magenta representa actitud; es un color espiritual, asociado con la entrega, ayuda, creatividad e independencia.

Por otro lado es un color altamente femenino Según Anya Hurlbert, profesora de Neurociencia Visual de la Universidad de Newcastle, la explicación podría remontarse a los días de los humanos cazadores-recolectores, cuando las mujeres eran las recolectoras primarias y se beneficiaban de la habilidad de volver a casa llevando frutas maduras, y por tanto de tonalidad rosada o rojiza; este color refuerza el concepto de feminidad que hace parte de la revista.

## 6.9. ESTRUCTURA DIAGRAMÁTICA

La estructura está basada en el público objetivo (jóvenes lesbianas entre 16 y 24 años de la ciudad de Santiago de Cali) y se utiliza para entretener en cada parte de la composición a las lectoras, entendiendo que este es un público que le llama más la atención lo visual que lo escrito, debido a la poca cultura de lectura que hay actualmente en Colombia. Según un estudio realizado por el Ministerio de Educación Nacional, mientras los alemanes y noruegos leen en promedio 17 libros

al año, los colombianos solo alcanzan a leer 1,6 textos en el mismo período. Casi un 60 por ciento de los colombianos no tiene hábito de lectura.<sup>34</sup>  
El diseño de la estructura se compone por:

**5.9.1 Constantes.** En la organización de los contenidos de la pieza se tendrá como una constante de orden el uso de la portada falsa seguido por publicidad y la portada principal. Después el contenido, pauta publicitaria y una combinación entre artículos y publicidad con la intención de que al terminar cada artículo lo siguiente que se muestre es un mensaje de carácter social, un evento o publicidad siendo este una manera de entretener en medio de la lectura generando un ritmo. La sección de muestra de arte se ubicara después de los tres primeros artículos. Cada publicación maneja una temática primordial y el artículo principal podrá ocupar entre dos o cuatro páginas y será el tercer artículo que aparece en la revista ubicándose antes de la muestra de arte.

## **5.9.2 Variables**

Poemas  
Sabías que  
Actualízate o noticias  
Historias de vida

Se puede variar la ubicación entre ellos aunque siempre estarán después del último artículo.

## **5.10 RETICULAS**

### **5.10.1 Retícula diagramática**

**5.10.1.1 Margen.** Se utilizó una retícula con doble margen para tener opciones de espacio y organización teniendo en cuenta que cada artículo es diferente y desde su contenido hasta su composición, pero dentro de la margen se utilizó una retícula Jerárquica.

---

<sup>34</sup> MONTES CAMACHO. Miguel El Universal – Educación - Colombianos, „rajados’ en lectura [ en línea] Cartagena[ consultado 28 de enero de 2012] Disponible en Internet <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/educacion/colombianos-%E2%80%99rajados%E2%80%99-en-lectura-62476>

**Ancho:** 35.88 px

**Alto:** 31.6 px

**5.10.1.2 Retícula Modular.** La retícula modular se caracteriza por tener columnas con un gran flujo de líneas horizontales que subdividen las columnas en filas, creando una matriz de celdas que se denominan módulos. Cada módulo define un espacio informativo y al agruparse se llaman zonas especiales a las que se les asignan distintas funciones. El grado de control de la retícula depende del tamaño de estos módulos.

## **5.10.2 Convenciones Retículas**

	Cuerpo de texto
	Título
	Imagen
	Subtítulo

**Figura 41. Margen revista JUANA**

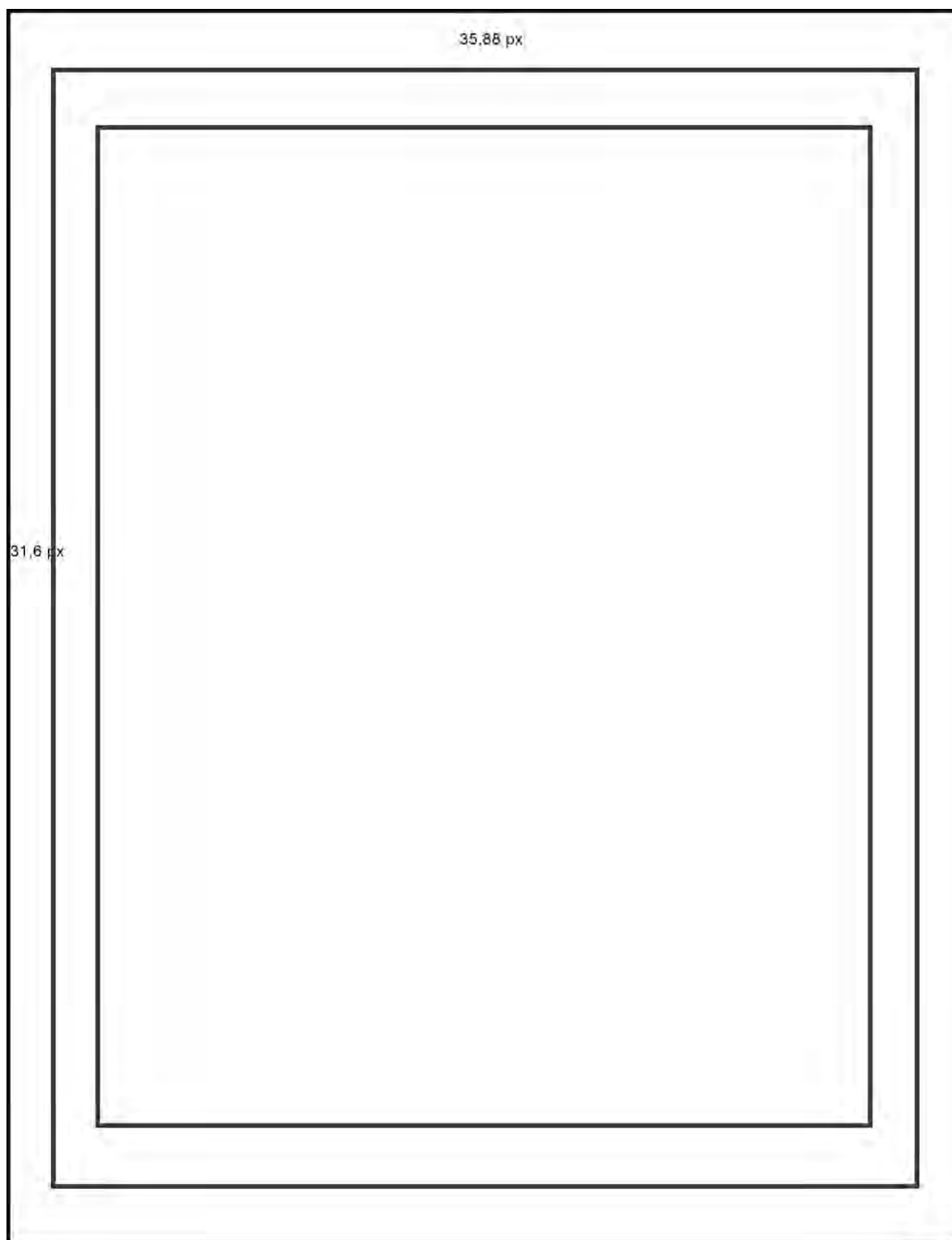
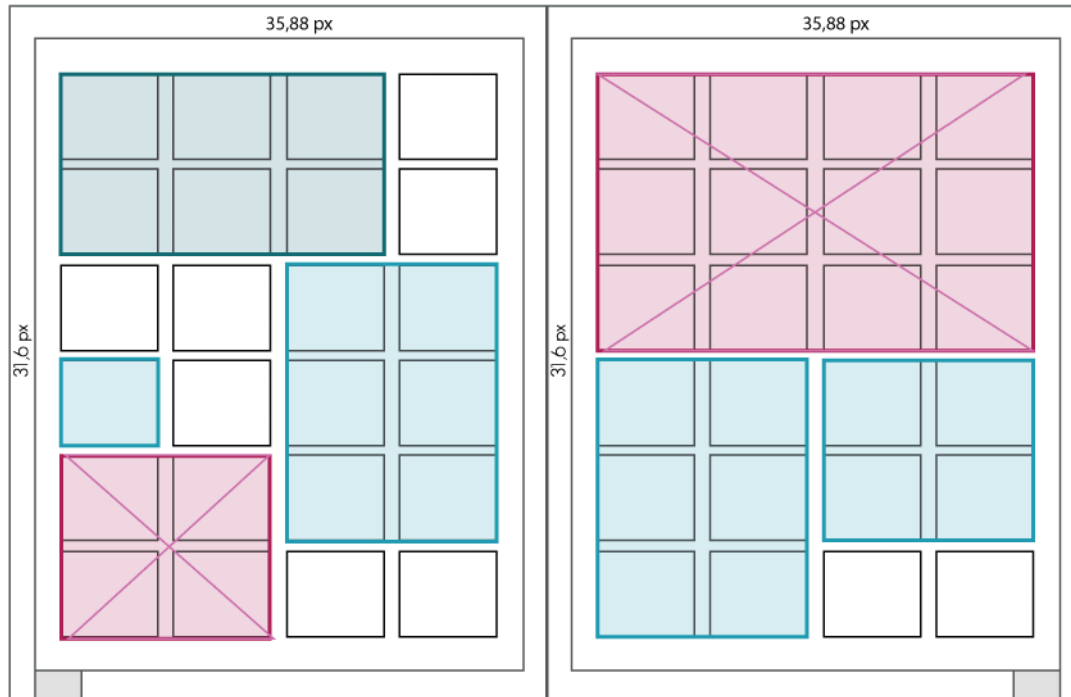
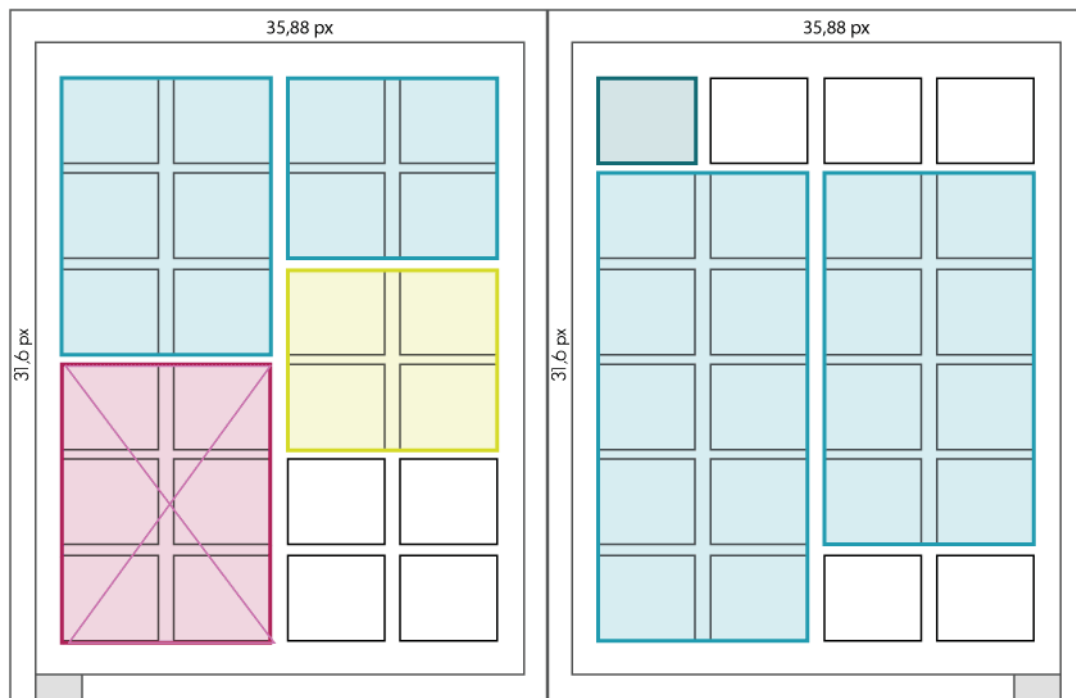




Figura 42. Retícula Artículo Un día otra mujer (Pagina 1 y 2)



**Figura 43. Retícula Artículo Un día otra mujer (Pagina 3 y 4)**



**Figura 44. Retícula Artículo La biblia también es nuestra historia (Pagina 1 y 2)**

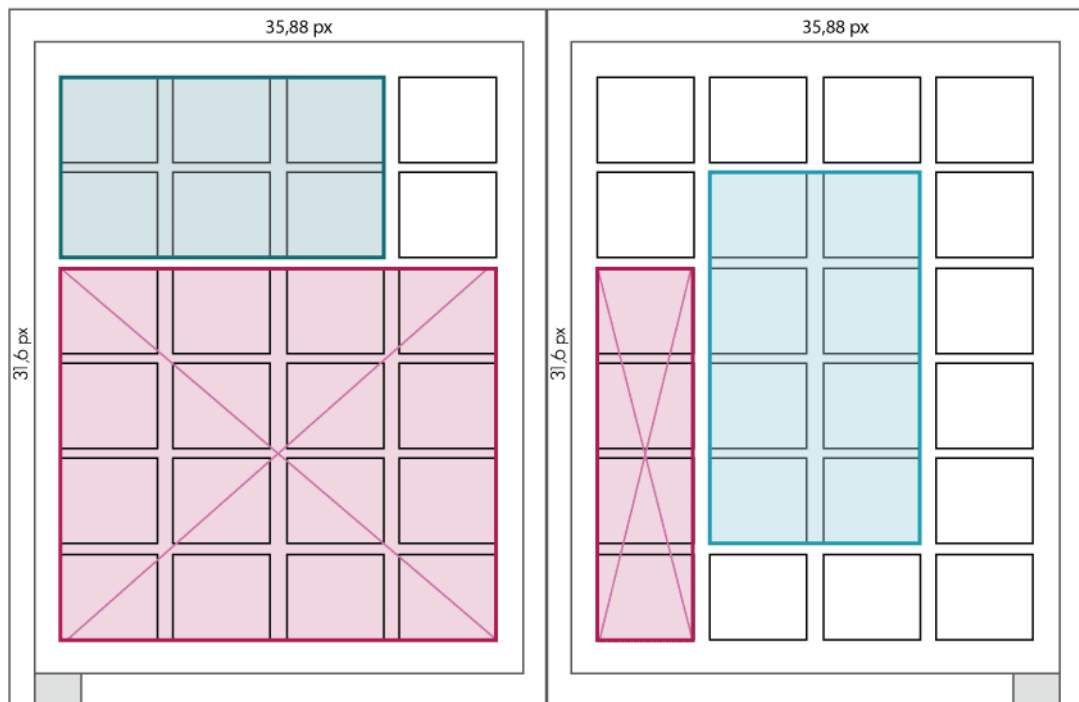
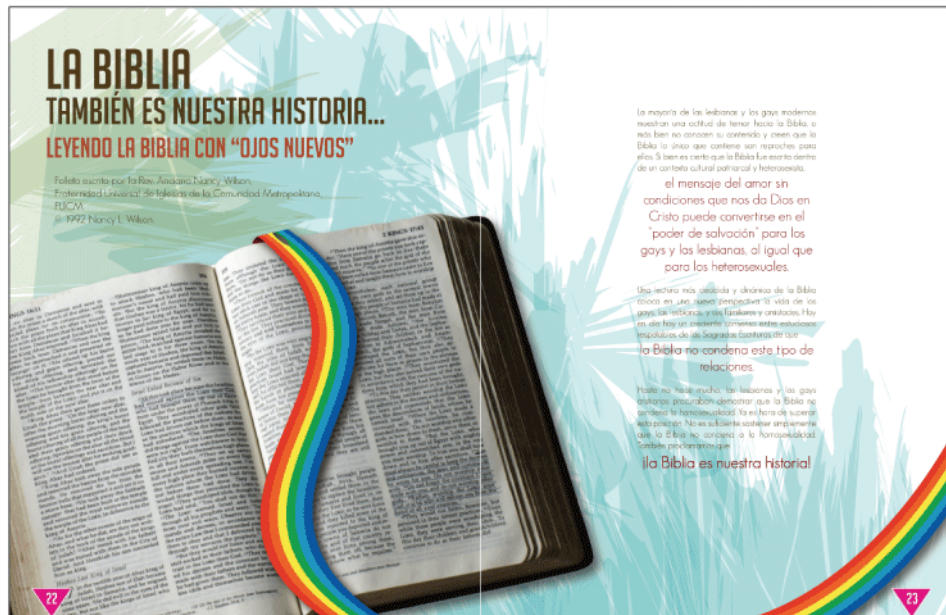


Figura 45. Retícula Artículo La biblia también es nuestra historia (Pagina 3)

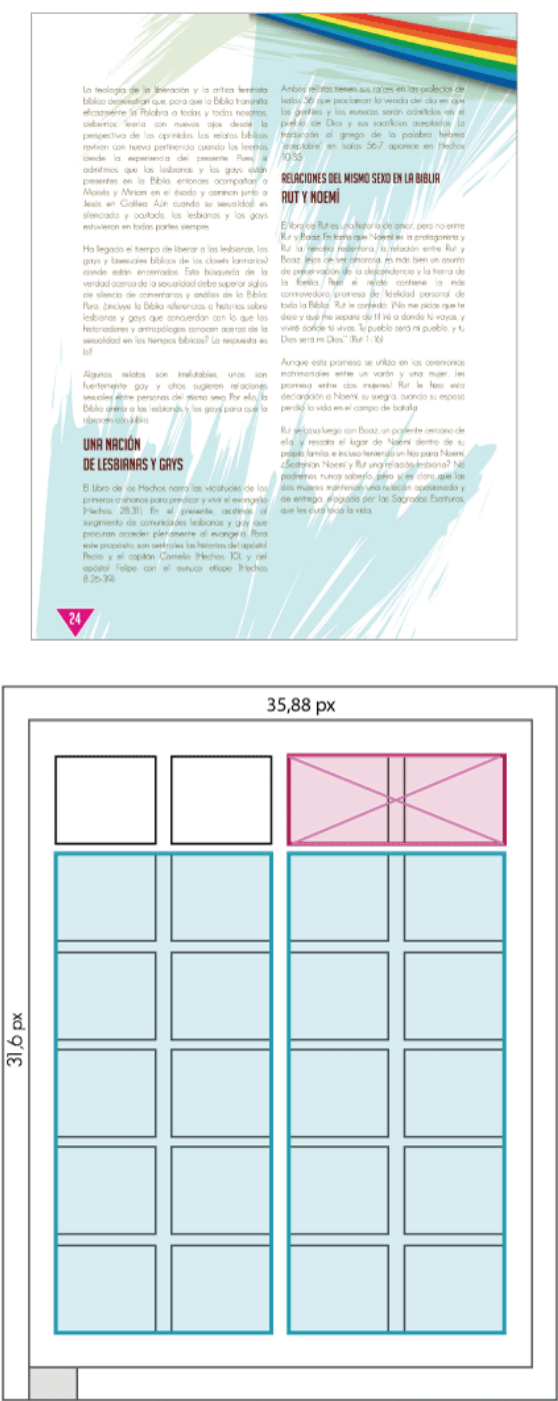


Figura 46. Retícula Artículo Saliendo del closet

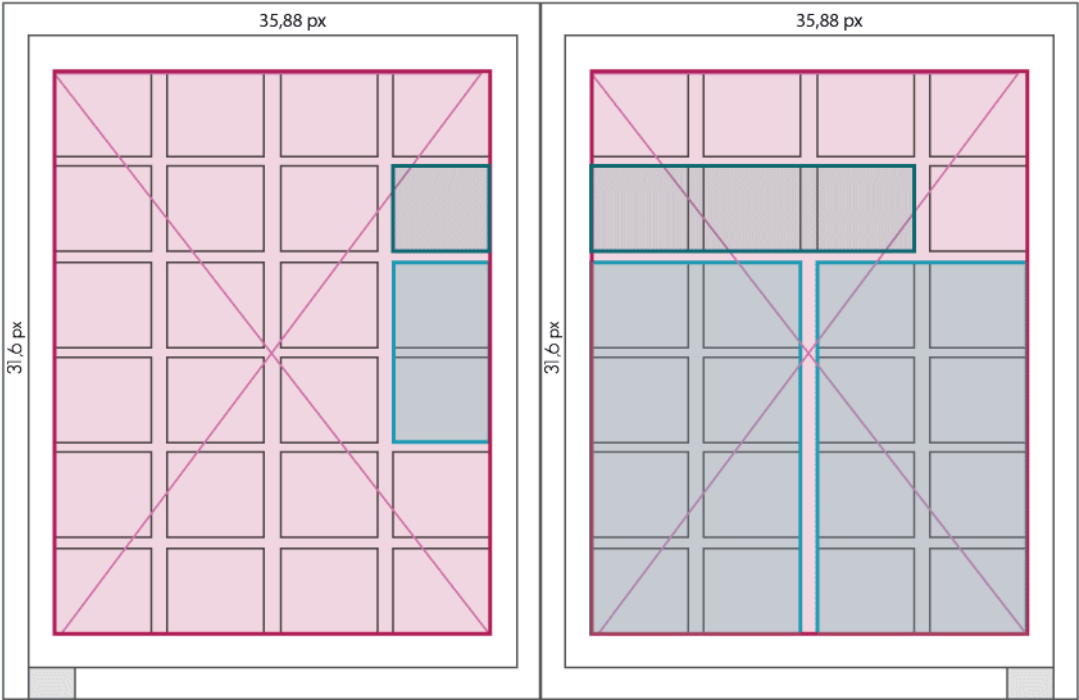


Figura 47. Retícula Artículo Educación sexual (Pagina 1 y 2)

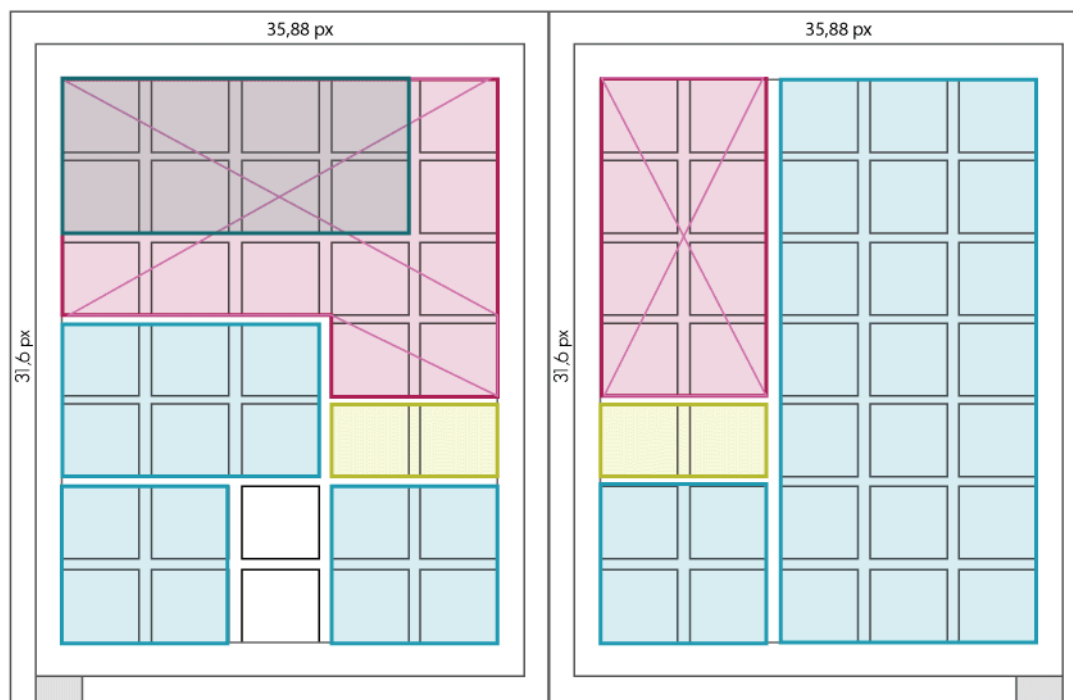


Figura 48. Retícula Artículo Educación sexual (Pagina 3)

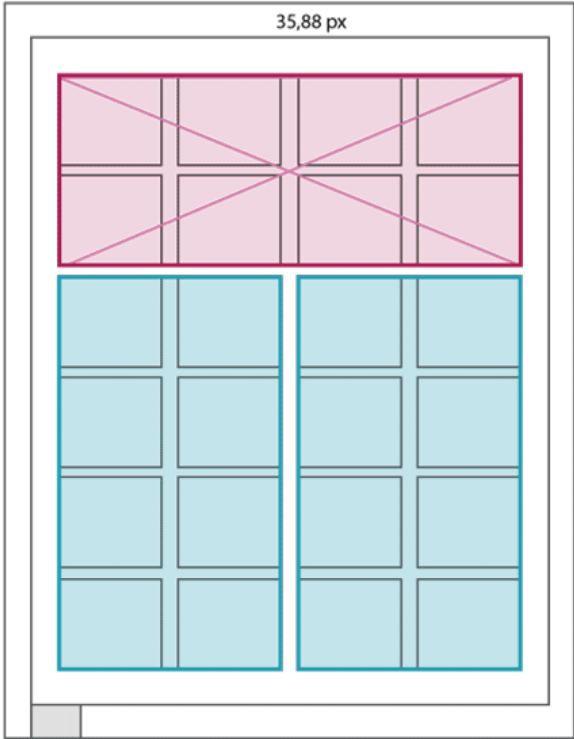
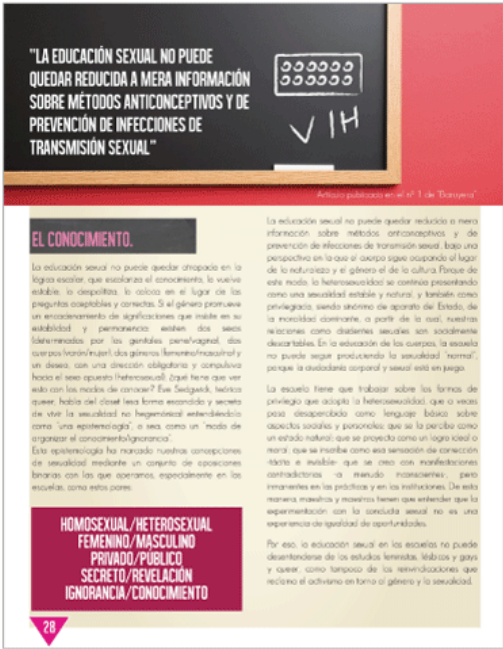
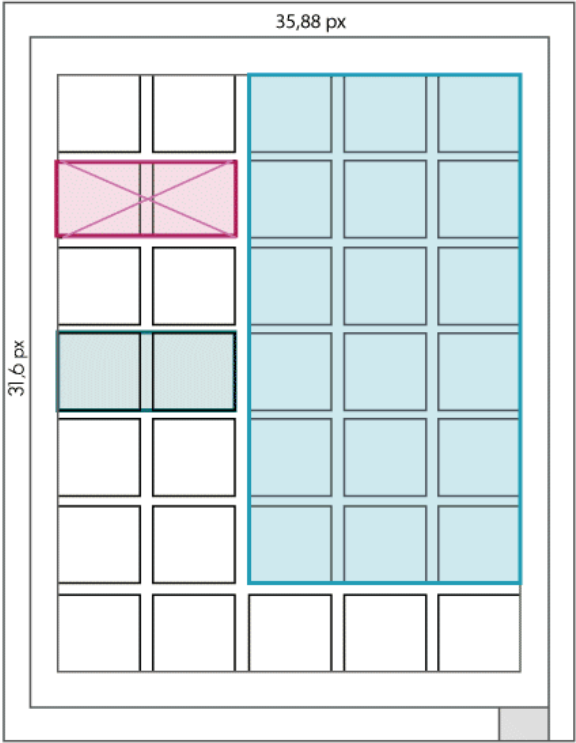




Figura 49. Retícula Sabias que





**Figura 50. Retícula Historia de vida**

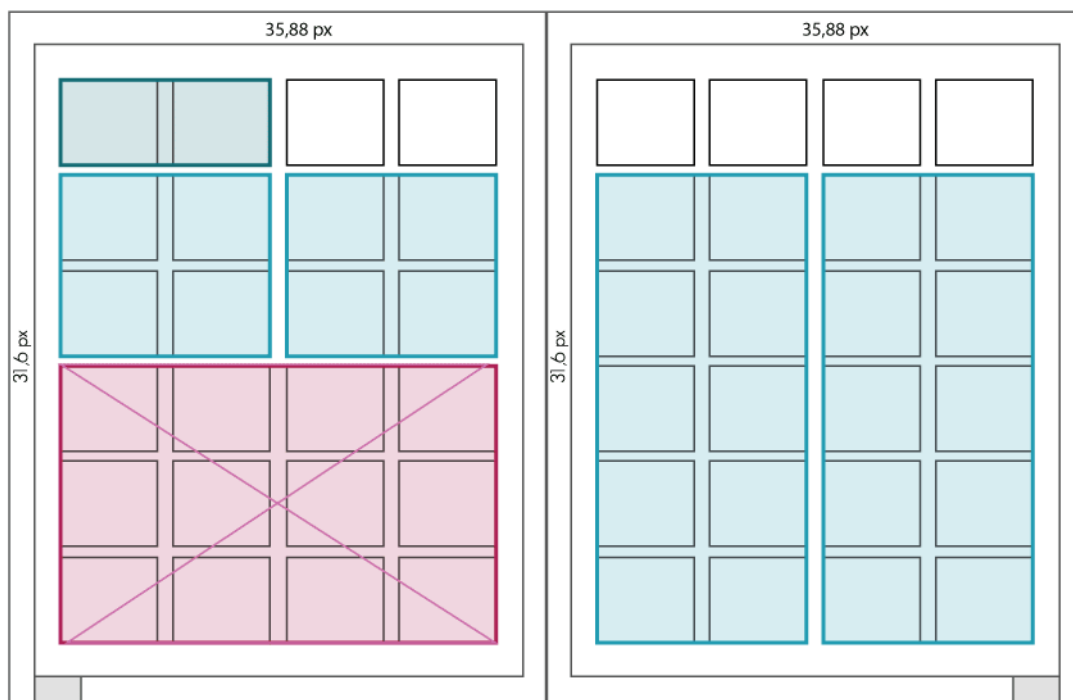


Figura 51. Retícula Artículo 10 cosas que no sabías de la vagina

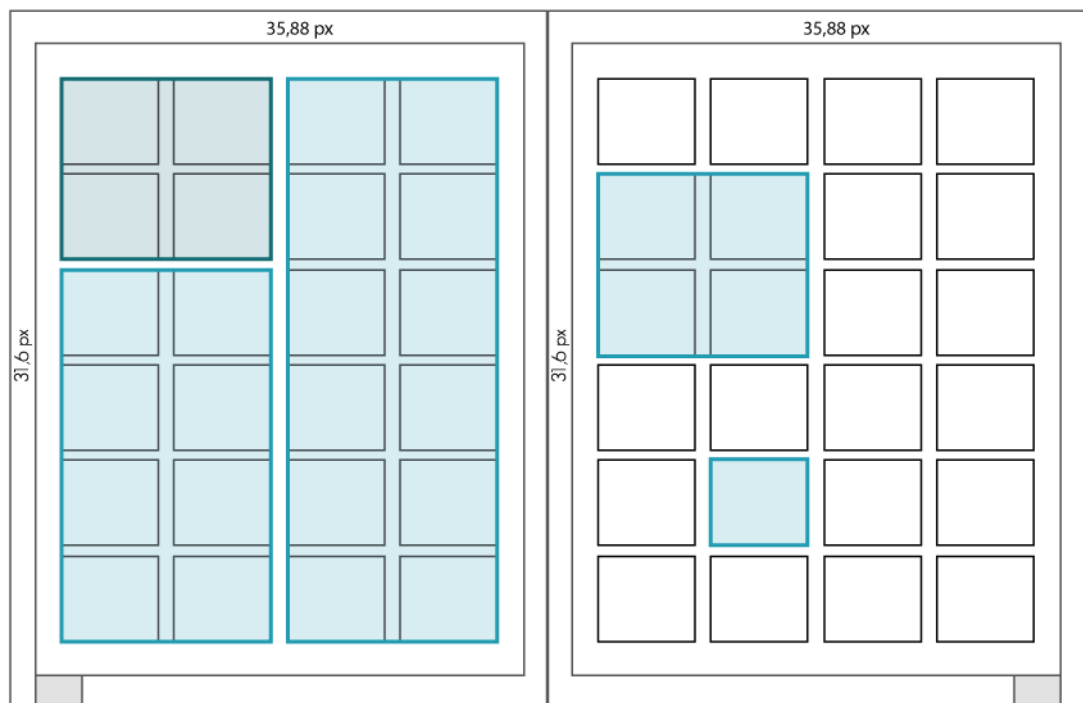
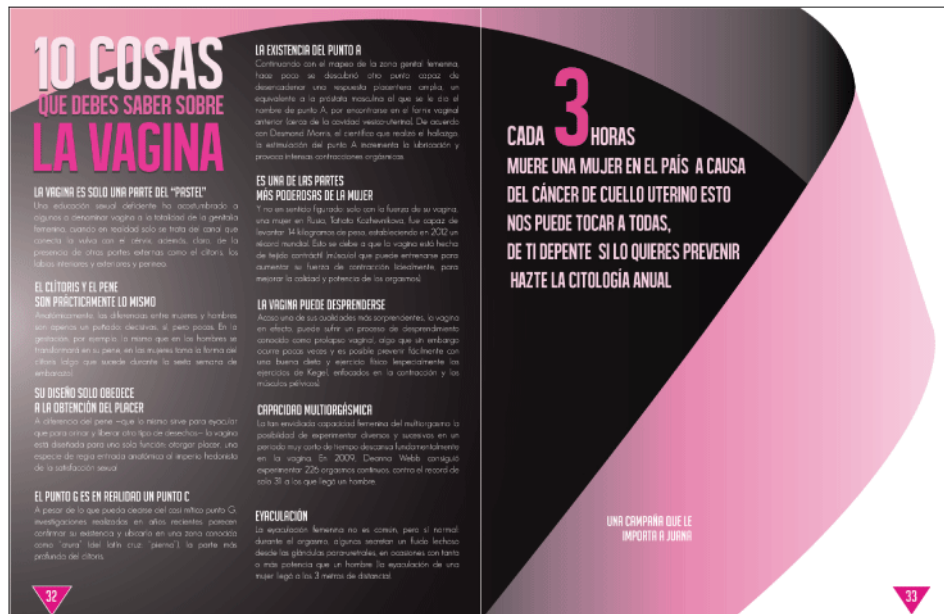


Figura 52. Retícula Artículo Como asumir la homosexualidad

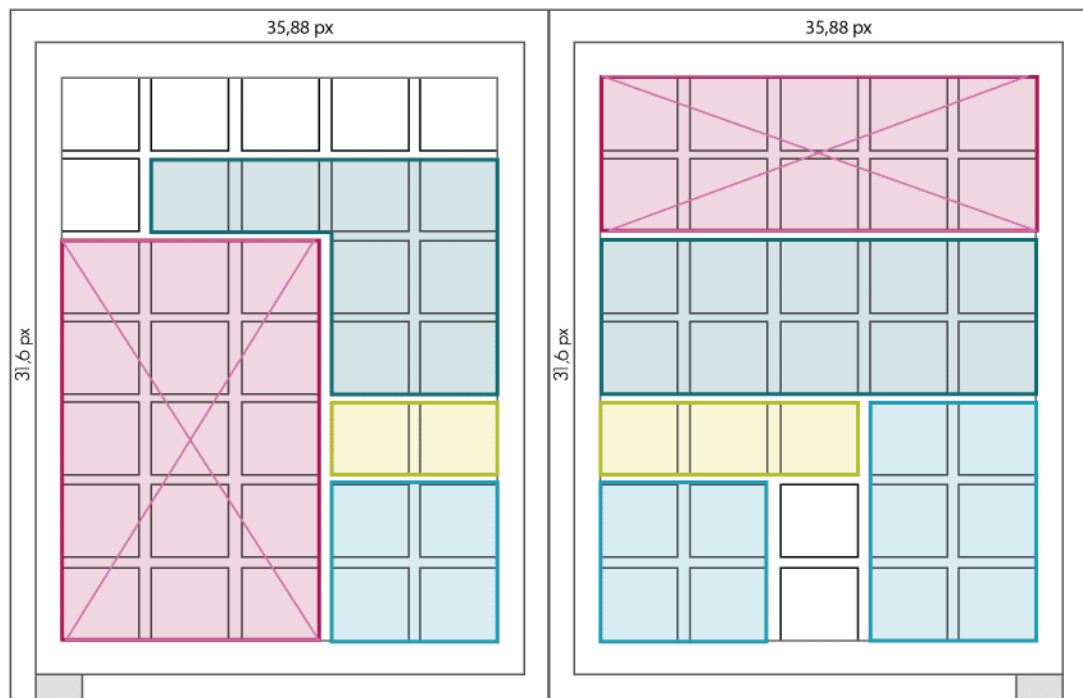


Figura 53. Retícula Poesía Lésbica (Pagina 1)

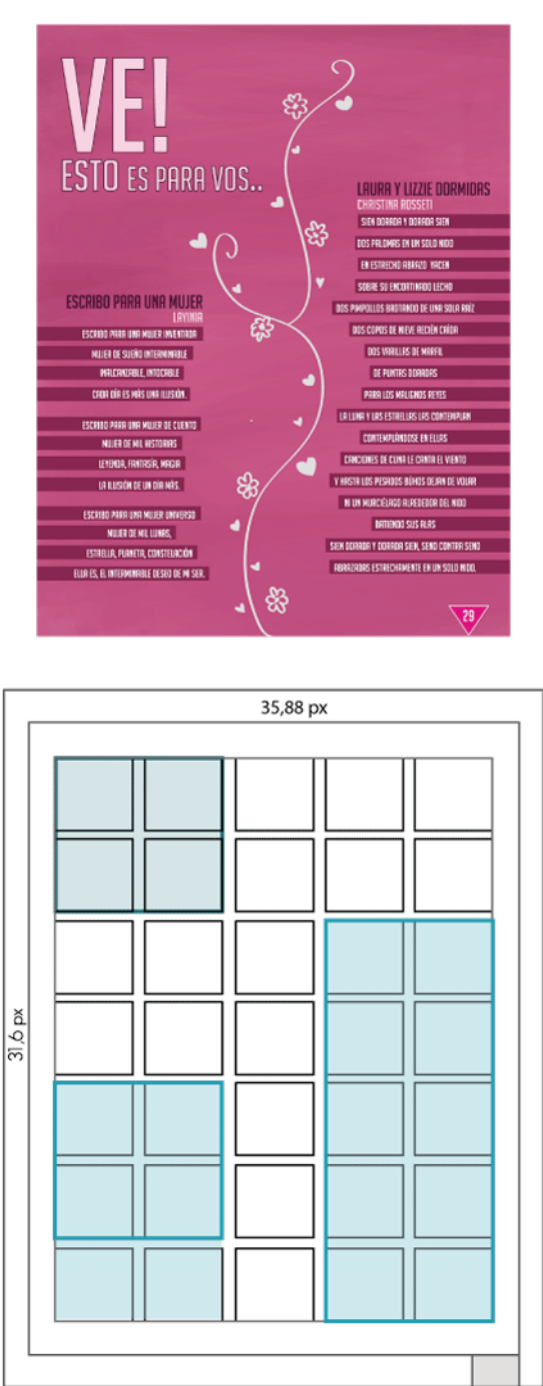


Figura 54. Retícula Poesía Lésbica (Pagina 1)

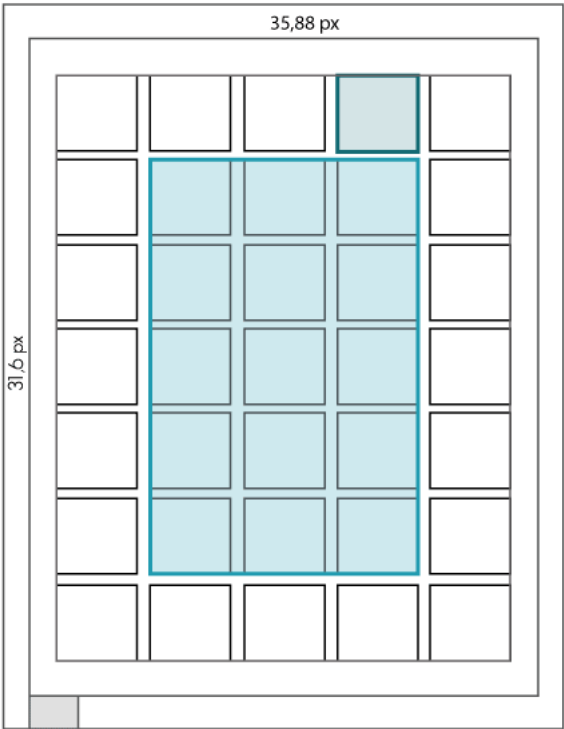
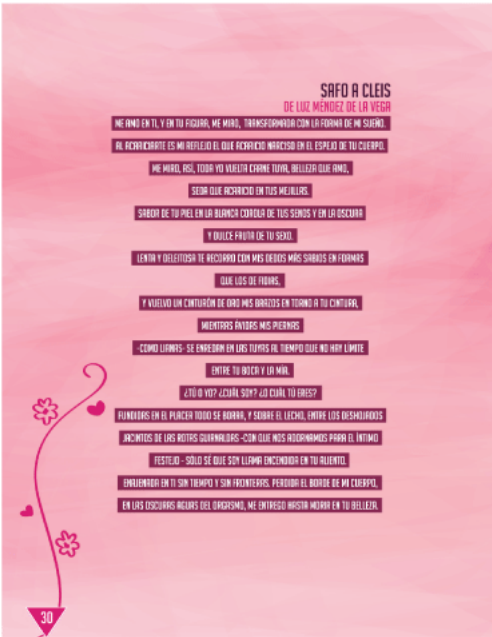


Figura 55. Retícula Mensaje 1

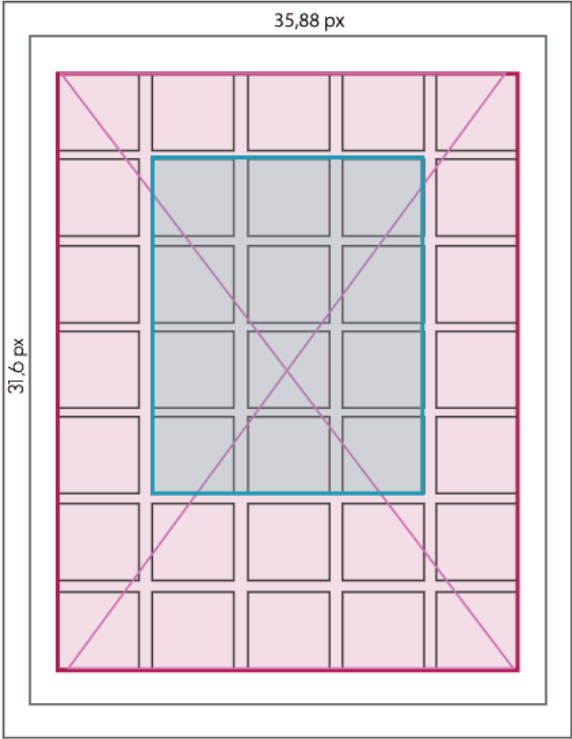
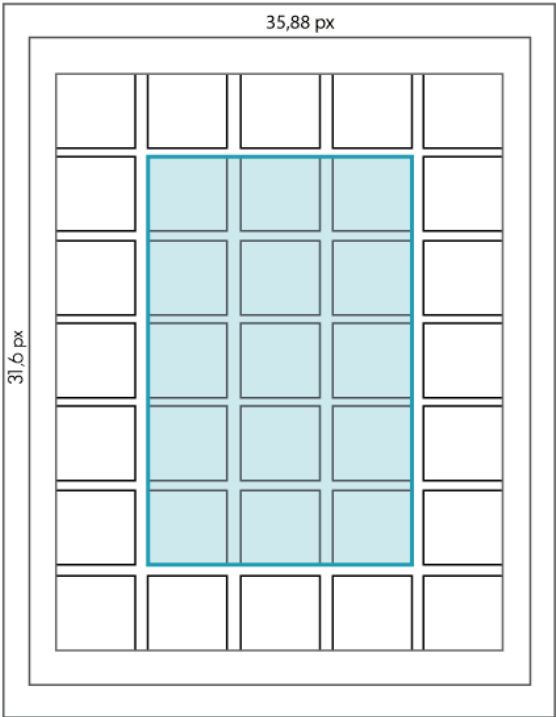
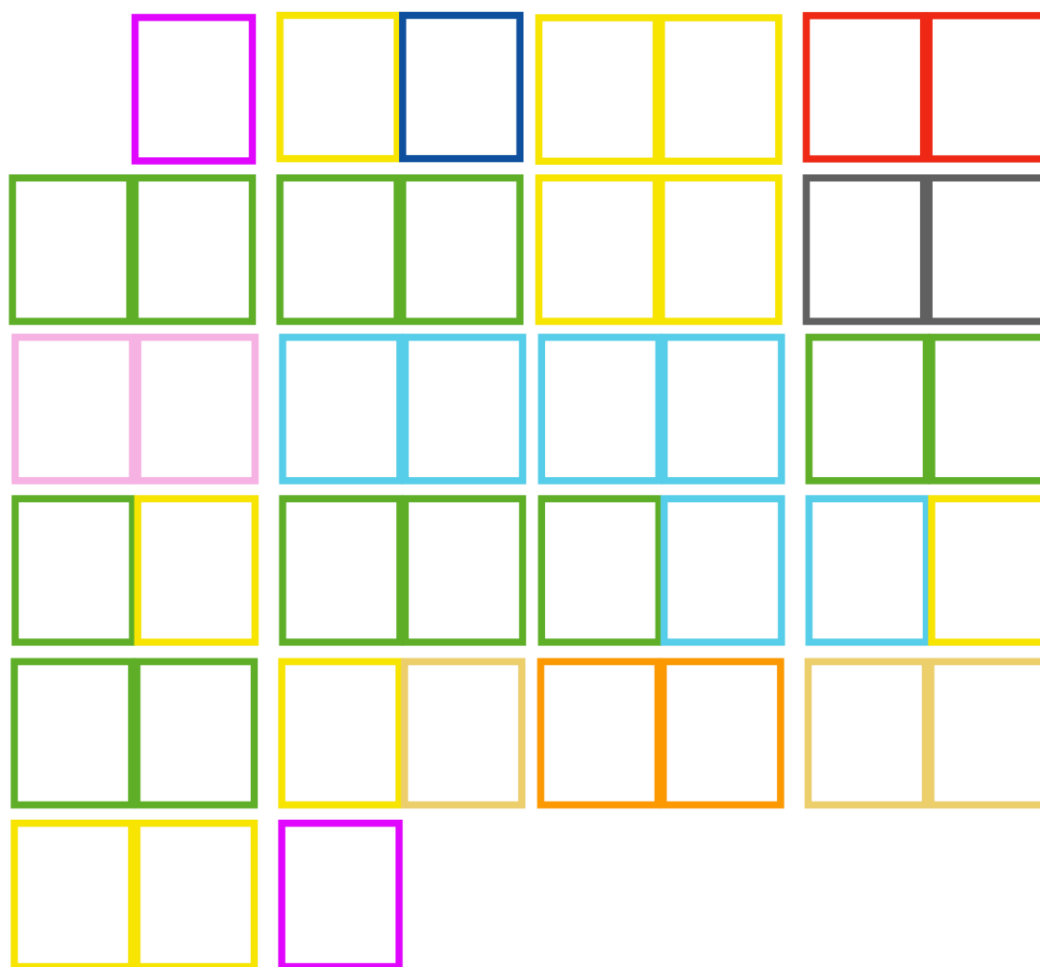


Figura 56. Retícula Mensaje 2



**Figura 57. Estructura diagramática primer número**



- |  |   |
|--|---|
| <span style="border: 1px solid magenta; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Portada falsa y contraportada | <span style="border: 1px solid gray; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Estudio científico      |
| <span style="border: 1px solid yellow; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Publicidad y mensajes          | <span style="border: 1px solid pink; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Artículo principal      |
| <span style="border: 1px solid blue; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Portada principal                | <span style="border: 1px solid lightblue; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Arte               |
| <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Contenido                         | <span style="border: 1px solid tan; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Sabías que y actualízate |
| <span style="border: 1px solid green; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Artículos                       | <span style="border: 1px solid orange; display: inline-block; width: 15px; height: 15px; vertical-align: middle;"></span> Historias de vida     |



## 5.9 EJES TEMÁTICOS

La revista esta dividida en ocho secciones:

Artículo principal  
Estudios (demográficos, científicos entre otros)  
Artículos  
Historias de vida  
Poseía  
Arte  
Sabías que  
Actualízate

## 5.10 PORTADA FALSA

La intención de crear la portada falsa fue resaltar por medio de una composición el lado femenino y coqueto de una mujer lesbiana sin necesidad de utilizar elementos que generen tabú o morbo.

Va en busca de mostrar una situación acompañada de un mensaje siendo este el momento para introducir sobre la temática de la edición de la revista. En el primer número, la composición hace parte del concepto salir del closet, ya que son elementos que se pueden encontrar normalmente en el cuarto de una mujer. Estos objetos utilizados en la fotografía (maquillaje, labial, collar, pulsera) fueron ubicados y usados estratégicamente para demostrar que el ser lesbiana no significa dejar de ser femenina.

*“Ve Natalia, te amo. Atte.: Juana”* es un mensaje que muestra a una mujer enamorada, que no le da miedo expresar lo que siente de una manera romántica y sin importarle lo que puedan pensar las demás personas.

## 5.11 CONTENIDO

Es una ilustración que representa un momento de libertad donde se ve ropa femenina saliendo de un closet. Esta ropa esta todavía atada por medio de unas cuerdas que representan el miedo de la mujer lesbiana al mostrarse como es en la sociedad y de sentirse discriminada o juzgada.

La ropa es el elemento utilizado como metáfora para ir en busca de la libertad, la identificación y el reconocimiento que llevan a cabo las jóvenes lesbianas a la hora de elegir su orientación sexual. Cada elemento (vestido, saco, gafas, blusa, short e interior) contiene un artículo que les brindara información valiosa para el crecimiento como lesbianas y como mujeres.

## **5.12 PAUTA PUBLICITARIA**

Se intervino en el diseño de la publicidad para integrarla con el concepto de salir del closet del primer número de la revista y poder generar una unidad gráfica, al utilizar elementos relacionados con el cuarto de una mujer y lo que se encuentra en su closet.

Las marcas utilizadas para pautar en la revista se destacan por manejar un concepto de libertad, juvenil y que tienen un target que concuerda con el público objetivo del proyecto. Cabe aclarar que al pertenecer a la publicidad de la revista no significa que su público sea lésbico.

El desarrollo de la publicidad se basó en el concepto del closet y los elementos pertenecientes al cuarto de una mujer, que integre a la vez a las lesbianas mostrándolas como lo que son, mujeres.

## **5.13 ARTÍCULOS**

Los artículos que tiene la pieza en general fueron escogidos y están enfocados en ser una guía de conocimiento para las lectoras, son artículos serios pero a la vez de fácil comprensión y llamativos. La revista quería por medio de la fotografía, código tipográfico, cromático e ilustración desarrollar artículos que muestre diversidad que facilite la lectura y no permita que las lectoras se aburran.

### 5.13.1 Nombres de los artículos

**Un día otra mujer.** Este artículo motiva a la mujer para dejar de ser invisible en la sociedad, si no que empiece a darse un lugar en ella por las capacidades intelectuales que cada una posee. Hay que dejar de esconderse porque así, se auto discriminan, es importante tener el carácter para mostrarse como se es y dejar a un lado lo que piensen los demás.

**Es bueno para la salud asumir públicamente la homosexualidad (estudio científico).** En este se hace una demostración de cómo asumir y publicar la orientación sexual es bueno para la salud y el estado emocional. Se escogió porque es bueno que las lectoras que están en proceso de asumir su sexualidad entiendan que esto les hará un bien si lo deciden hacer, a pesar de todos los obstáculos que confiere esto.

**Salir de closet.** Es el artículo principal, se habla de manera detallada de acuerdo a lo que introduce el estudio científico (Es bueno para la salud asumir públicamente la homosexualidad), explicando que significa salir del closet y las diferentes etapas de éste tema. Se escogió porque esta es la temática que tiene el primer número de la revista y muestra la información de manera clara y concisa.

**La biblia también es nuestra historia.** Este artículo muestra la biblia desde la perspectiva L.G.B.T.I. Comenta que la biblia no condena este tipo de relaciones y muestra a la vez que este tipo de comportamientos homosexuales ya se presentaban desde la antigüedad.

Se escogió para demostrarle a la comunidad lésbica que hay una comunidad católica que defiende las diferentes orientaciones sexuales, demostrando a través de la biblia que no es algo malo o juzgado por Dios.

**Educación sexual: Ruptura o estabilidad del contrato heterosexual.** Es un artículo que muestra la manera en que se enseña la educación sexual desde la heterosexualidad y no se tiene en cuenta las otras orientaciones sexuales. Es una guía que habla acerca de lo que se cree deben hacer los maestros, la institución y el conocimiento. Se escogió porque cabe resaltar que desde la niñez es importante conocer que existen diferentes orientaciones sexuales y que al tener un artículo de calidad, se podría lograr un cambio en la estructura de enseñanza que se maneja en Latinoamérica y en el mundo.

**Diez Cosas que debes saber de la vagina.** Es un artículo muy fresco enfocado en conocer más el aparato reproductor o de placer de la mujer con nueve puntos y terminando con el décimo que habla acerca de la prevención del cáncer de cuello uterino como un mensaje de conciencia social.

**Sabías que.** El sabías que es una sección que trata de datos curiosos. Los elementos que conforman la composición representan unas cintas donde van ubicados los datos curiosos. El fondo está compuesto por trazos de color amarillo en diferentes porcentajes de opacidad, además acompañados de tres ilustraciones que hacen la representación de lo que se habla en tres diferentes puntos. La gama cromática representa los colores de la bandera L.G.B.T.I (Azul, rojo, verde, naranja, amarillo y magenta). La jerarquía de la información destaca al título y luego la información donde los números de cada punto resaltan con más tamaño.

**Poesía lésbica.** La composición refleja un ambiente de amor y romance por medio del uso del color que son tonalidades del rosado en diferentes porcentajes de opacidad y los elementos que lo acompañan como los ornamentos con las flores y corazones para ayudar a armonizar la composición hacia el concepto de amor.

El psicólogo ruso Vygotsky determina que el origen del lenguaje es social, es una herramienta para poder comunicarnos, y nos comunicamos para realizar intercambios sociales.<sup>35</sup> Es por esto que se usa un lenguaje muy caleño que permite que ellas se sientan cómodas e identificadas con la publicación. Las cajas que retienen cada renglón permiten destacar el texto que contrasta con el color y estas dan a la vez un orden.

**Mensajes.** Cada mensaje que pertenece a la revista es lésbico o dicho por una mujer que apoye la homosexualidad. Cada uno tiene una composición alusiva a lo que trata el mensaje para generar una línea de concordancia entre mensaje y diseño. Se trata de motivar a las jóvenes lectoras demostrando un apoyo por parte de la revista.

**Historias de vida.** El tener un espacio de historias de vida ayuda a que el público objetivo sepa que no son las únicas pasando por diferentes situaciones que les puede mostrar la vida y posibles opciones para solucionarlas. También que conozcan por lo que pasan otras mujeres de sus edades y aprendan de lo que

---

<sup>35</sup> Teorías del lenguaje – Vygotsky [ en línea][consultado mayo de 2012] Disponible en internet  
<http://www.slideshare.net/centellaslopez/teoras-del-lenguaje-9547467>

leen de estas. El título de la historia es “Como presentar a tu novia” y habla de cómo fue el proceso de una mujer mexicana para presentar su novia ante sus padres y familia y los consejos que ella da, para que ese momento sea especial y exitoso.

**Actualízate.** En el actualízate se muestran todos esos temas de la actualidad que se le recomienda al público objetivo para que tengan en cuenta (Novelas, noticias, música, artistas y mujeres ejemplo). Se utilizaron colores que provoquen alegría y un ambiente juvenil. Se utiliza un patrón de organización donde la información esta retenida en un cuadro de color que permite el contraste con la tipografía y que al poner la información en la composición se vea todo organizado y facilite la lectura.

**Ilustración lésbica.** Esta sección de la revista permite dar un descanso después de los tres primeros artículos que tiene la revista. Se quiso integrar el trabajo de ilustradores que se han enfocado en el arte lésbico mostrando diferentes piezas para entretener y motivar a las jóvenes a utilizar el arte como medio de esparcimiento.

## 5.14 ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA PIEZA

**Fotografía.** La utilización de la fotografía buscaba un mensaje profundo dejando atrás el morbo, mostrando una relación lésbica, sincera a la vez sensual.

**Ilustración.** La ilustración es un recurso que se utilizó para mostrar esa visión artística y juvenil a la revista.

### Código tipográfico

TIPOGRAFÍA  
DE TITULOS

BIG NOODLE TILING

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

!"#\$%&/0=?i\*~[]\_.,{}+`¿'0987654321

TIPOGRAFÍA  
DE CUERPOS  
DE TEXTO

Geosans light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!"#\$%&/0=?i\*~[]\_.,{}+`¿'0987654321

La tipografía Bignoodle titling utilizada para los títulos, se caracteriza por ser de un tipo pregnante, con una morfología impactante, legible y geométrica. Es una tipografía que llama la atención y logra un acento en la composición.

La tipografía de cuerpo de texto es la Geosans Light y cumple con los requisitos de ser legible, sin serifa, ligera pero contrastante, un buen complemento para la tipografía del título. Se escogió porque genera una mancha tipográfica adecuada.

### Código Cromático



Teniendo en cuenta también los colores sobre todo de la bandera de la comunidad L.G.B.T.I no solo por ser un símbolo de representación en esta comunidad si no por ser colores vivos, brillantes y juveniles. En la pieza cada uno de estos colores hace presencia aunque unos más acentuados que otros.

La bandera actual no posee las dos bandas adicionales de color rosa y verde agua: dos colores que denotan la bisexualidad. El color verde agua fue asociado en la homosexualidad durante la Época victoriana.

- **Rosado:** la sexualidad.
- **Rojo:** la vida.
- **Naranja:** la salud.
- **Amarillo:** el sol.
- **Verde:** la naturaleza.
- **Azul:** el arte.
- **Índigo:** la armonía.
- **Púrpura:** el espíritu.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Felesai – Significados de la bandera gay – 3 de marzo del 2008 – Disponible en internet [http://www.felesai.es/ver\\_articulo.php?id=117](http://www.felesai.es/ver_articulo.php?id=117)

## 6. RESULTADO FINAL E-MAGAZINE

Figura 58. Portada falsa revista JUANA



Figura 59. Publicidad tinta verde revista JUANA





Figura 60. Portada revista JUANA





Figura 61. Publicidad creatonica revista JUANA



Figura 62. Contenido revista JUANA

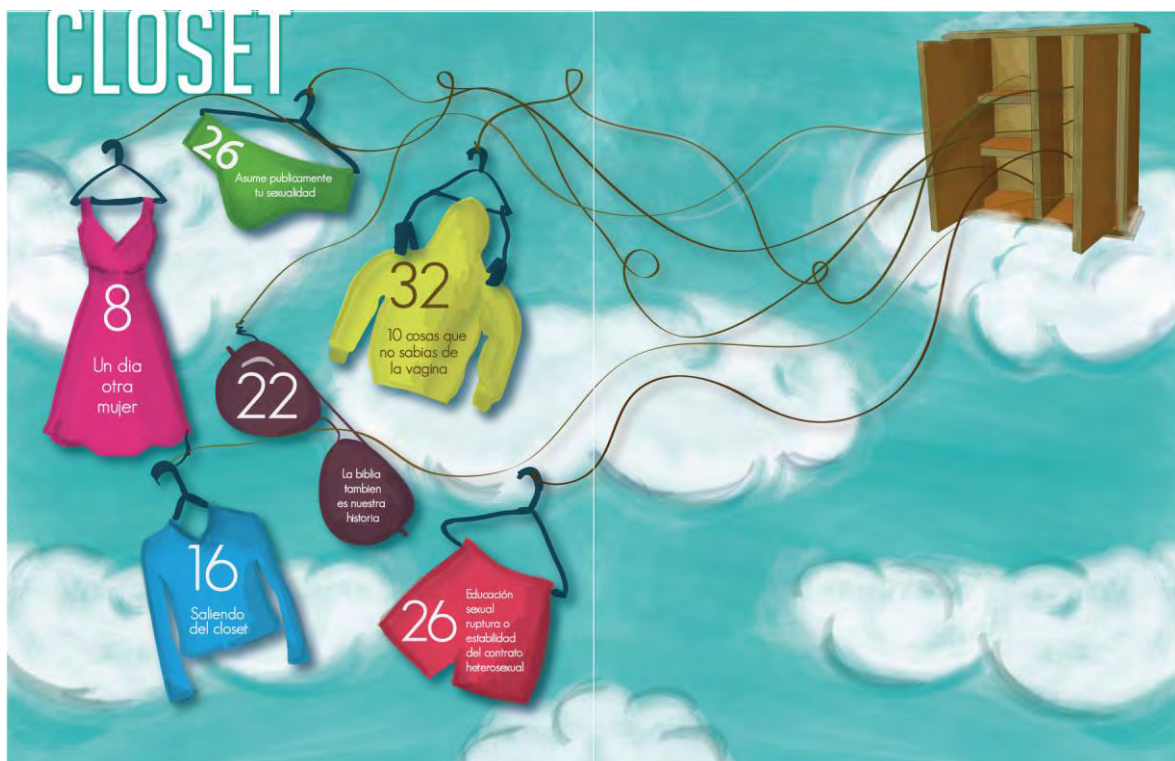




Figura 63. Artículo un día otra mujer revista JUANA



Figura 64. Publicidad cáncer de seno revista JUANA



Figura 65. Mensaje 1 revista JUANA





Figura 66. Artículo es bueno para la salud asumir públicamente la homosexualidad revista JUANA

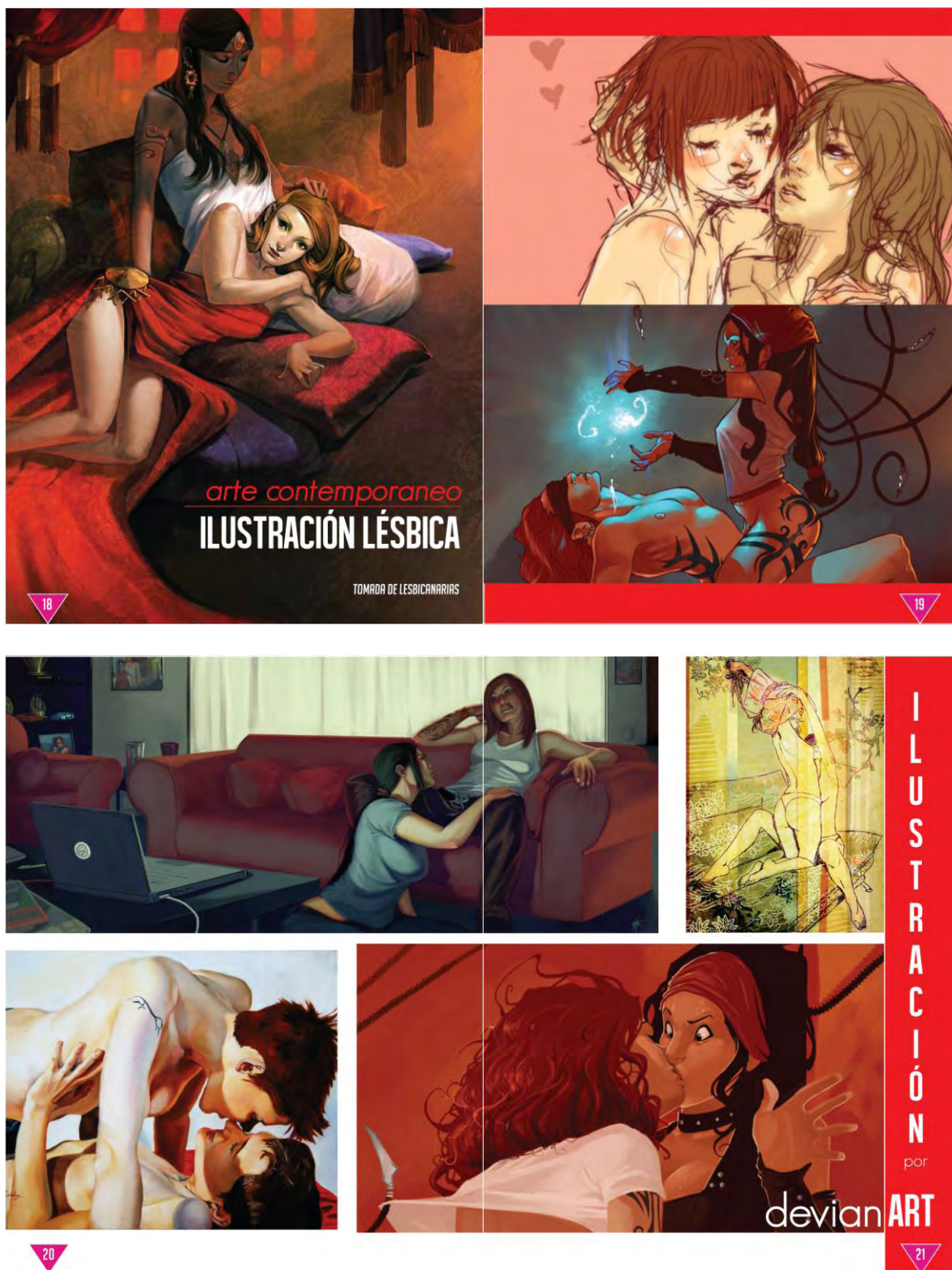


Figura 67. Artículo principal saliendo del closet revista JUANA

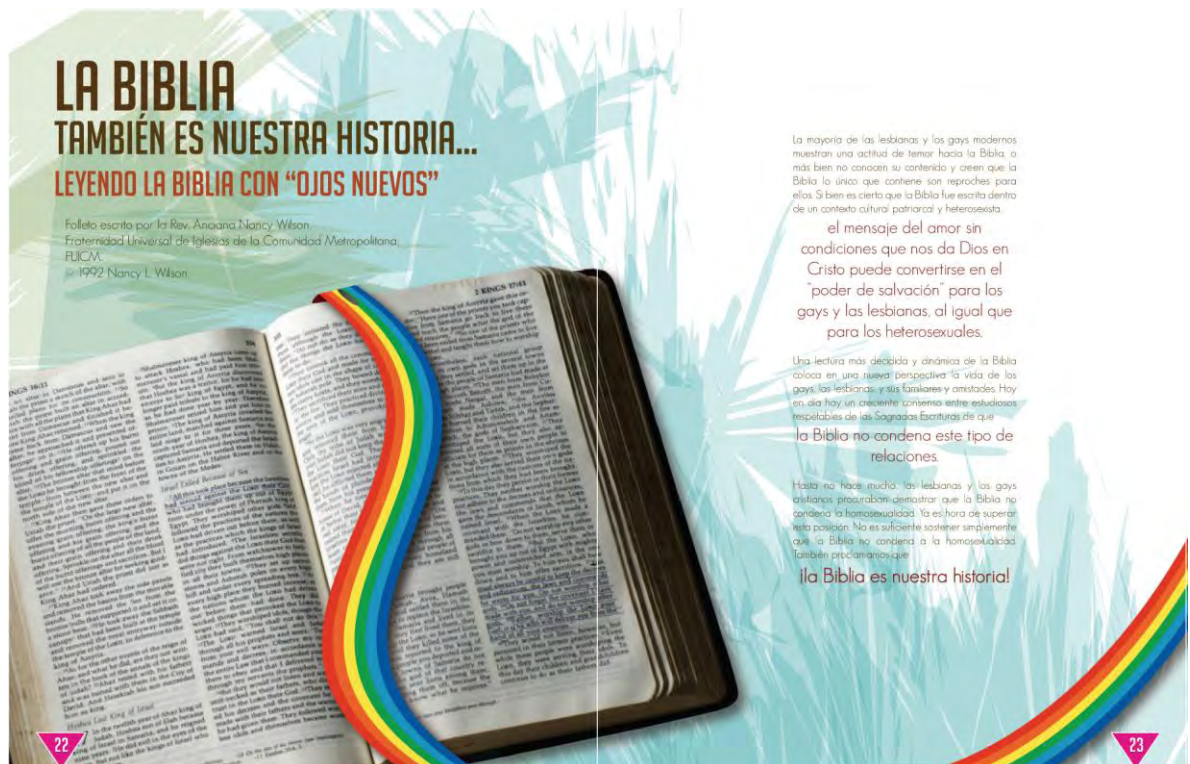




Figura 68. Ilustración lésbica revista JUANA



**Figura 68. Artículo la biblia también es nuestra historia revista JUANA**



La teología de la liberación y la crítica feminista bíblica demuestran que, para que la Biblia transmita eficazmente la Palabra a todas y todos nosotros, debemos leerla con nuevos ojos desde la perspectiva de los oprimidos. Los relatos bíblicos reviven con nueva pertinencia cuando los leemos desde la experiencia del presente. Pues, si admitimos que las lesbianas y los gays están presentes en la Biblia, entonces acompañan a Moisés y Miriam en el éxodo y caminan junto a Jesús en Galilea. Aún cuando su sexualidad es silenciada y ocultada, las lesbianas y los gays estuvieron en todas partes siempre.

Ha llegado el tiempo de liberar a las lesbianas, los gays y bisexuales bíblicos de los closets (armarios) donde están encerrados. Esta búsqueda de la verdad acerca de la sexualidad debe superar siglos de silencio de comentarios y análisis de la Biblia. Rev. incluye la Biblia referencias a historias sobre lesbianas y gays que concuerdan con lo que los historiadores y antropólogos conocen acerca de la sexualidad en los tiempos bíblicos? La respuesta es ¡sí!

Algunos relatos son irrefutables, unos son fuertemente gay y otros sugieren relaciones sexuales entre personas del mismo sexo. Por ello, la Biblia animó a las lesbianas y los gays para que la abrazaran con júbilo.

**UNA NACIÓN DE LESBIANAS Y GAYS**

El libro de los Hechos narra las vicisitudes de los primeros cristianos para predicar y vivir el evangelio. (Hechos 28:31) En el presente, asistimos al surgimiento de comunidades lesbianas y gay que procuran acceder plenamente al evangelio. Para este propósito, son centrales las historias de/apóstol Pedro y el capitán Cornelio (Hechos 10), y del apóstol Felipe con el eunuco etíope (Hechos 8:26-39).

Ambos relatos tienen sus raíces en las profecías de Isaías 56 que proclaman la venida del día en que los gentiles y los eunucos serán admitidos en el pueblo de Dios y sus sacrificios aceptados. La traducción al griego de la palabra hebrea *aséitable* en Isaías 56:7 aparece en Hechos 10:35.

**RELACIONES DEL MISMO SEXO EN LA BIBLIA RUT Y NOEMÍ**

El libro de Rut es una historia de amor, pero no entre Rut y Boaz. En tanto que Noemí es la protagonista y Rut la heroína redentora, la relación entre Rut y Boaz, lejos de ser amorosa, es más bien un asunto de preservación de la descendencia y la tierra de la familia. Rut es el relato que contiene la más conmovedora promesa de fidelidad personal de toda la Biblia. Rut le confiesa: ¡No me pidas que te deje y que me separe de ti! Iré a donde tú vayas, y viviré donde tú vivas. Tu pueblo será mi pueblo, y tu Dios será mi Dios. (Rut 1:16)

Aunque esta promesa se utiliza en las ceremonias matrimoniales entre un varón y una mujer, les promesa entre dos mujeres! Rut le hizo esta declaración a Noemí, su suegra, cuando su esposo perdió la vida en el campo de batalla.

Rut se casa luego con Boaz, un pariente cercano de ella, y rescata el lugar de Noemí dentro de su propia familia, e incluso teniendo un hijo para Noemí. ¿Sostienen Noemí y Rut una relación lesbiana? No podemos nunca saberlo, pero sí es claro que las dos mujeres mantenían una relación apasionada y de entrega, apreciada por las Sagradas Escrituras, que les duró toda la vida.



Figura 69. Publicidad Clownaman revista JUANA



**Figura 70. Artículo educación sexual ruptura o estabilidad del contrato heterosexual revista JUANA**





Figura 71. Poesía revista JUANA



Figura 72. Poesía revista JUANA



Figura 73. Mensaje 2 revista JUANA





Figura 74. Artículo 10 cosas que no sabías de la vagina revista JUANA



Figura 754. Publicidad Arauna revista JUANA





Figura 76. Sabías que revista JUANA





Figura 77. Actualízate revista JUANA



Figura 77. Artículo como presentar a tu novia revista JUANA



Figura 79. Mensaje 3 revista JUANA



Figura 80. Mensaje 4 revista JUANA





Figura 81. Contra portada revista JUANA



## 7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

### 7.1 FASES

Durante una breve indagación de metodologías, estructuras y tipologías de investigación se llegó a una conclusión y selección de la investigación descriptiva, la razón por la que se escoge es por la funcionalidad hacia este proyecto de grado

Se necesitó conocer mucho sobre la comunidad lésbica en Cali o al menos tomar una muestra considerable la cual ayudo a tener conocimientos previos de los gustos, hobbies, estilos de vida, y así conectarlos con conceptos de diseño y composición de la revista

**7.1.1 Fase 1: Indagación.** En esta primera etapa se indago sobre las lecturas, documentos, libros que sirvieron fundamentalmente para la investigación. Información base que permitirá entender el nivel comunicacional de la comunidad de lesbianas, desmenuzando cada parte de este para que así el diseño gráfico pueda entrar a ejecutar desde el concepto un análisis y una propuesta de diseño.

Se realizaron trabajos de campo, entrevistas, encuestas, visitas a los lugares que frecuentan esta comunidad, tratando de vivir en carne propia el estilo de vida de ellas para poder entenderlo y poder desarrollar el E-magazine 2.0 con información de peso y actualizada.

**7.1.2 Fase 2. tratamientos de los datos.** Esta fase se trató de la organización de los datos encontrados en la investigación. Y la selección, que ya es la información que nos ayudó en el proyecto para la realización de los objetivos.

**7.1.3 Fase 3 Interpretación.** El análisis de la información nos permitió conocer cuál es la información clave para el desarrollo del producto y cuáles de todos los datos recogidos pueden mostrarse libremente.

**7.1.4 Fase 4. Aplicación.** Aquí ya viene el desarrollo de los objetivos y el proyecto como tal, es decir, el desarrollo del producto comunicacional (revista) que se planteó desde el comienzo.

**7.1.5 Fase 5. Evaluación.** Comprobar por medio de la web 2.0 donde se promocionara y difundirá la revista, la acogida que tendrá gracias a las visitas al portal, las descargas, y las opiniones y correos de contacto que se reciba de parte de las lectoras.

## 8. PROCEDIMIENTO

FASES	1	2	3	4	5
	INDAGACIÓN	TRATAMIENTO DATOS	INTERPRETACIÓN	DEDUCCIÓN	APLICACIÓN
1 LINEA CONCEPTUAL	1.1	2.1	3.1	4.1	<div>3 Producción de la propuesta</div>
	Rastreo de información documental	Selección y clasificación de datos	Análisis Teórico	Síntesis Conceptual	
2 LINEA FORMAL	1.2	2.2	3.2	4.2	
	Rastreo del ámbito de la referencia	Registro de la muestra gráfica	Análisis de la muestra	Determinantes a la propuesta grafica	
	Exploración	Selección de emplacements del gráfico	Fichas de análisis	Diseños finales de diseño	5.1 <b>PREPRODUCCIÓN</b> * Definición del público objetivo * Selección y redacción de mensajes  5.2 <b>PRODUCCIÓN</b> * Diagramación típica de la E-magazine * Diagramación atípica * Diseño de actores * Diseño de escenas * Composición final de E-magazine  5.3 <b>POSTPRODUCCIÓN</b> * Validación * Materialización de la puesta en escena de los producto (boceto)

## 9. RECURSOS

### 9.1 TALENTO HUMANO

Nombre	Formación Académica	Dedicación semanal horas
Valeria Cortes Vásquez	Estudiante	21
Eliana Katherine Jiménez Lasso	Estudiante	21
Jair Pinzón	Profesor	6

### 9.2 RECURSOS FINANCIEROS

	Precio Unitario	Numero uso Semanal	Total	Ente Financiadore
Transporte	10.000	4	40.000	Personal
Almuerzos	5.000	5	25.000	Personal
Papelería	10.000	3	30.000	Personal
		Total	95.000	I

### 9.3 RECURSOS INSTITUCIONALES

- Computadores disponibles en la Universidad
- Instalaciones de la Universidad Autónoma
- Adobe Illustrator CS4 – CS6
- Adobe Photoshop CS4 – CS6
- Survey Monkey
- Microsoft Word
- Microsoft Excel

### 9.4 RECURSOS PRIVADOS

- Computadores propios de cada estudiante
- Cámaras propias de las estudiantes



## 10. CONCLUSIONES

Al desarrollar un sistema de comunicación gráfica para la comunidad lésbica de 16 a 24 años con el objetivo de generar integración identificación, reconocimiento, utilizando de las estrategias de difusión, promoción y retroalimentación por medio de la web 2.0 se arroja las siguientes conclusiones

- El diseño gráfico es una actividad proyectual que puede mediar para que una comunidad de lesbiana de 16 a 24 años tenga un producto comunicacional enfocándose no solo en las piezas finales si no en la planeación de estrategias de integración e interacción social dela comunidad.
- Que el papel del diseñador no radica en hacer diseños donde se refleja la forma por la forma es entender y aplicar como desde el concepto se pueden desarrollar piezas funcionales y estéticas
- El desarrollo de un sistema comunicacional-gráfico para jóvenes lesbianas servirá para la integración y conexión no solo de la comunidad lésbica si no que además sea un ejemplo a seguir para toda la comunidad L.G.B.T.I.
- Que la mujer lesbiana necesita primero identificarse, reconocerse, integrarse, interactuar con su grupo para que así logre un crecimiento personal en pro de su comunidad y logre enfrentar todos los obstáculos que confiere su orientación sexual en una sociedad que critica lo desconocido.

## BIBLIOGRAFÍA

BBC Mundo. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: [http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/01/130129\\_salud\\_homosexual\\_salir\\_cl\\_oiset\\_gtg.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/01/130129_salud_homosexual_salir_cl_oiset_gtg.shtml)

Boletín virtual - Homoerotismo pensando el placer sexual masculino desde las fronteras de lo prohibido. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet:<http://www.demus.org.pe/BoletinVirtual/FascEros/paul.htm>

Castro Ricardo. La huella en la penumbra. Diseño, El arte de ilustrar desde el concepto. Colombia, Editorial U. Autónoma de occidente. 2010

Ciudad de mujeres – Página lésbica. [en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://www.ciudaddemujeres.com/articulos/Educacion-sexual-Ruptura-o>

Comunidad y homoerotismo: La transgresión y la política en la crónica de lemebel. [ en línea][Consultado mayo de 212[Disponible en internet: [http://uarcis.academia.edu/jaimedonoso/Papers/749517/Comunidad\\_y\\_homoerotismo\\_la\\_transgresion\\_y\\_la\\_politica\\_en\\_la\\_cronica\\_de\\_Lemebel](http://uarcis.academia.edu/jaimedonoso/Papers/749517/Comunidad_y_homoerotismo_la_transgresion_y_la_politica_en_la_cronica_de_Lemebel)

Colombia diversa. [ en línea][Consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://www.colombiadiversa-blog.org/p/que-hacemos.html>

Cumpa Gonzáles Alberto Luis. Fundamentos De Diagramación: Revistas. Perú, Editorial Universidad Nacional Mayor de San Marcos. 2002. [en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: Disponible en internet: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/libros/comunicacion/fundamentos\\_de\\_diagramacion/indice.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/libros/comunicacion/fundamentos_de_diagramacion/indice.htm)

Deviantart – Blog de arte. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://www.deviantart.com/>

Dondis, Donis a. Sintaxis de la imagen. [ en línea] Mexico[consultado mayo de 212[Disponible en internet: México, Editorial G. Gili, 1992

Estudio del estilo de vida de hombres gay y mujeres lesbianas. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://www.revistapym.com.co/sites/default/files/Principales%20hallazgos%20estudio%20UM%20LesbianGay2009.pdf>

Gay Latino. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://gaylatino.about.com/od/Salirdelcloset/f/Qu-E-Significa-Salir-Del-CI-Oset.htm>

Homoerotismo en la historia. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://hombresdeaceroyterciopelo.blogspot.com/2011/01/antecedentes-el-batallon-sagrado-de.html?zx=242b50165b743aa9>

La revista LGBTI Twitter. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: <https://twitter.com/LaRevistaLGBTI>

Lesbicanarias – Blog lesbico – Colombia. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://lesbicanarias.es/2009/11/26/10-ilustraciones-lesbicas-que-me-encantan/>

López Ornelas Maricela - Cordero Arroyo Graciela, Un intento por definir las características generales de las revistas académicas electrónicas Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo. [ en línea] México, Universidad Autónoma de Baja California[consultado mayo de 212[Disponible en internet:, 2005.<http://razonypalabra.org.mx/libros/libros/caracrevelec.pdf>

Manovich, Lev. El lenguaje de los nuevos medios de comunicación, [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: Editorial Paidós, 2005

Martos Montiel Juan Francisco. Desde Lesbos con amor: homosexualidad femenina en la antigüedad, España, Editorial Ediciones clásicas, 1996

MOL. Memoirs of a lencha. Página de lesbianas [ en línea]México[consultado mayo de 212[Disponible en internet: - México. <http://www.mol.com.mx/>

Pimiento Stephanie Natalia, La doble cara del arcoíris: Homofobia y aceptación de la homosexualidad en una sociedad netamente heterosexual.

Portal de la comunidad lesbiana. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://www.lesbiana.es/category/quiosco/revistas/>

Revista LSBI. [ en línea] España [ consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://www.lsbi.org/>

Revista Curve, Portal de la revista curve de cultura lesbiana. [ en línea]Estados Unidos[ consultado mayo de 212[Disponible en internet:<http://www.curvemag.com/>

Revista virtual de cultura lesbiana. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet:<http://www.rompiendoelsilencio.cl>

Revista lésbica de México[ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet: <http://www.lesvoz.org.mx/>

Revista de arte letras y pensamiento Homoerotismo. [ en línea][consultado mayo de 212[Disponible en internet:<http://www.quinceeme.org/2012/03/homoerotismo/>

Rey German, Para leer un país. Ministerio de educación. Al tablero No. 40. [ en línea]Colombia [consultado mayo de 212[Disponible en internet:

Ricupero Sergio. Diseño en el aula. Editorial Nobuko, 2007.

RUBIO GALLARDO, Julio Cesar, BELARCAZAR VALENCIA, JOHN Gregory, SILVA Beatriz Eugenia, SILVA Ángela. Sociedad. Identidades y violencia Tomo 1. Palmira, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. 2009

RUIZ PALOMA, Moreno Esperanza. Tu dedo corazón. Madrid, Editorial Egales, 2008

SANFELIÚ Luz. El juego de damas: historia del homo erotismo femenino. Málaga, Editorial Atenea 1996

SAURET GUERRERO, María Teresa, QUILES FAZ Amparo. Luchas de orígenes del género en la historia a través de la imagen

Solo lesbiana. [ en línea][consultado mayo de 2012][Disponible en internet: <http://sololesbianas.blogspot.com/search/label/articulos%20para%20lesbianas>

Vélez Pelligrini Laurentino. Minorías sexuales y sociología de la diferencia. Editorial Montesino. 2008

Web 2.0: los nuevos desafíos de la interfaz de usuarios. Barcelona, Usolab, Consultoría de usabilidad y diseño centrado en el usuario, 2005. Disponible en internet [http://www.usolab.com/articulos/desafios\\_interfaz\\_web\\_2.php](http://www.usolab.com/articulos/desafios_interfaz_web_2.php)

Werner Cantor Erik, Homofobia y convivencia en la escuela. Colombia. Editorial Kimpres, Primera edición. 2008